

TAPIZ DE RETAZOS – BRANDING IDENTIDAD CORPORATIVA Y ESTRATEGIA
DE COMUNICACIÓN PARA EL RESCATE DEL PATRIMONIO CULTURAL Y
ARQUITECTONICO RELIGIOSO DEL CENTRO HISTORICO DE SAN JUAN DE
PASTO

DANNY GABRIEL OBANDO HORMAZA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO
SAN JUAN DE PASTO
2015

TAPIZ DE RETAZOS – BRANDING IDENTIDAD CORPORATIVA Y ESTRATEGIA
DE COMUNICACIÓN PARA EL RESCATE DEL PATRIMONIO CULTURAL Y
ARQUITECTONICO RELIGIOSO DEL CENTRO HISTORICO DE SAN JUAN DE
PASTO

PRESENTADO POR

DANNY GABRIEL OBANDO HORMAZA

TRABAJO DE GRADO PARA OBTENER EL TITULO DE DISEÑADOR GRÁFICO
COMITÉ CURRICULAR Y DE INVESTIGACION

DIRECTOR

JAIME PINEDA

UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE ARTES
PROGRAMA DE DISEÑO GRAFICO
SAN JUAN DE PASTO
2015

NOTA DE RESPONSABILIDAD

“Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo de grado son responsabilidad exclusiva de los autores”.

Art. 1 del Acuerdo N° 32 de Octubre 11 de 1966, emanado del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño.

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Firma presidente del jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

AGRADECIMIENTO

Hay muchas cosas por decir y es muy pequeño este agradecimiento a las personas que se involucraron en el proyecto, que me colaboraron con su tiempo y conocimiento para el desarrollo del presente trabajo, le agradezco a Tapiz de Retazos y a su equipo por mostrarme un lado de la labor empresarial en la vida real, por ser un integrante más de su equipo, por dejarme hacer un pequeño aporte y entender en conjunto la importancia del trabajo multidisciplinario dentro de una organización, a mi asesor Arturo de la Cruz por fortalecer y hacer parte del proyecto, por compartir visiones y expectativas. A mis padres que durante toda la carrera fueron un apoyo incondicional, quienes se trasnocharon incontables veces conmigo y son a pesar de muchas cosas amigos incondicionales, son siempre mi inspiración de salir adelante; a Miguel Muñoz por su apoyo y colaboración en el proceso y a mis amigos María Fernanda Arteaga y Cesar Ipujan por crecer y gozar juntos toda la carrera, gracias por sus regaños y consejos, nos esperan grandes cosas.

RESUMEN

En el presente documento se describe y se plantea como a través de la metodología de Design Thinking se buscan a través de diferentes puntos de acción un aporte al rescate del patrimonio cultural e histórico de la ciudad de San Juan de Pasto y el valor arquitectónico religioso que esta posee. Se indicara que en el transcurso del proceso de investigación y trabajo con los diferentes stakeholders se realiza un fortalecimiento de marca que funcione como mediador de estrategias de comunicación y difusión de actividades culturales, turísticas y recreativas dirigidas a residentes de la ciudad y a turistas.

En la actualidad, en el mundo de las comunicaciones las personas se encuentran conectadas de manera casi permanente a través de la internet, reciben información de manera constante y se mantienen actualizados de lo que pasa en su alrededor. Lo anteriormente mencionado en relación al punto de investigación es que se pretende usar este recurso como una herramienta para el desarrollo del trabajo a plantear, y que por de los medios de comunicación y la tecnología actual poder llegar al público objetivo juvenil y adulto partiendo desde los 15 años de edad.

ABSTRACT

This document describes and raised as through the methodology of Design Thinking is looking through various action points a contribution to the preservation of cultural and historical heritage of the city of San Juan de Pasto and religious architectural value this has. They indicate that during the process of research and work with different stakeholders a stronger brand that works as a mediator of communication strategies and dissemination of cultural, tourist and recreational activities for city residents and tourists is performed.

Today, in the world of communication people are almost permanently connected through the internet so receive information continually updated and maintained what goes on around them. The aforementioned relative to the point of research is intended to be used this resource as a tool for development work to raise, and that the media and current technology to reach audiences juvenile and adult target starting from the 15 years old.

CONTENIDO

CAPITULO 1	11
PLANEAMIENTO	11
OBJETIVO GENERAL	12
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	12
JUSTIFICACIÓN.....	13
CONTEXTUALIZACIÓN.....	13
MARCO TEÓRICO // QUE ES MARCA?	14
TIPOLOGÍA.....	14
MARCO LEGAL	15
CAPITULO 2.....	19
QUIÉN ES TAPIZ DE RETAZOS?	19
QUIENES SOMOS.....	20
MISIÓN	20
VISIÓN	20
IDENTIDAD CORPORATIVA.....	21
PIEZAS GRÁFICAS	22
REFERENTES GRÁFICOS.....	23
BARNIZ DE PASTO	23
CASAS DEL BARRIO EL CHARCO	23
VANESSA ZÚÑIGA	23
NUEVA MARCA PAÍS TURQUÍA	24
PROCESO GRÁFICO	25
SELECCIÓN TIPOGRÁFICA	25
RESULTADO FINAL	26
CREACIÓN DE MARCA	27
IDENTIDAD DEL PROYECTO.	27
DISEÑO DE RUTAS.....	27

DESARROLLO PIEZAS GRÁFICAS.....	29
CAPITULO 3.....	31
NUESTRA CIUDAD	31
POR QUÉ PROMOVER LAS IGLESIAS?	33
HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS	35
INTERACCIONES.....	37
METODOLOGÍA PROYECTUAL	38
DESCUBRIR	39
TEMPLO DE SAN JUAN	39
IGLESIA DE LA MERCED	40
TEMPLO DE SAN ANDRES.....	41
TEMPLO DE SAN AGUSTIN.....	42
TEMPLO DE SANTIAGO.....	43
TEMPLO DE SAN FELIPE NERI.....	44
TEMPLO DE CRISTO REY	45
TEMPLO DE SAN SEBASTIAN.....	46
CATEDRAL DE PASTO.....	46
REFERENTES PROYECTUALES	47
MARAVILLAS DE COLOMBIA – IGLESIA DE LAS LAJAS	48
ZARA EN SALAMANCA DE LA MARCA INTERNACIONAL AL HISTORICISMO LOCAL.....	48
PATRIMONIO JOVEN Y 5° FORO JUVENIL DEL PATRIMONIO (ESPAÑA)	49
INTERPRETAR	50
RECOLECCIÓN DE DATOS // ENCUESTA A CIUDADANOS.....	50
DIARIO DE CAMPO	51
RESULTADOS ENCUESTA.....	51
CONCEPTOS.....	53
STAKEHOLDERS	54
EXTERNOS.....	54
INTERNOS	54
MAPAS DE EMPATIA	55

1ER TALLER DE IDEAS	62
INSIDE CARDS.....	64
2DO TALLER DE IDEAS.....	67
PROTOTIPO Y EJECUCIÓN	70
DISEÑO DE STAND	71
EJECUCIÓN.....	72
DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS.....	74
EFFECTOS	75
PROTOTIPO 2	76
PRESUPUESTO	77
CONCLUSIONES	79
BIBLIOGRAFÍA.....	80
WEBGRAFÍA	81
ANEXOS.....	82
ESTADÍSTICAS ENCUESTA // LIBRO DE CÓDIGOS	82
CERTIFICADO TAPIZ DE RETAZOS	89

LISTA DE FIGURAS

Ilustración 1 Primer Logo	21
Ilustración 2 Flyer.....	22
Ilustración 3 Carpeta.....	22
Ilustración 4 Pagina Web	22
Ilustración 5 flyer.....	22
Ilustración 6 Nuevo Logo	25
Ilustración 7 Nueva Imagen	26
Ilustración 8 Tarjetas de Presentación.....	29
Ilustración 9 Nueva Página Web.....	29
Ilustración 10 Plegable B	30
Ilustración 11 Plegable A	30
Ilustración 12 Membrete	30
Ilustración 13 Diagrama Mercadotecnia.....	63
Ilustración 14 Diagrama Museos.....	63
Ilustración 15 Diagrama Dispensadores	63
Ilustración 16 card: Iglesia Ilustración 17 card: San Juan.....	64
Ilustración 18 card agencia Ilustración 19 Card Nariño	65
Ilustración 20 card comercio Ilustración 21 card recorridos.....	65
Ilustración 22 card Bombona Ilustración 23 card restaurantes.....	66
Ilustración 24 Diagrama Iglesias 2	67
Ilustración 25 Diagrama Artesanías	68
Ilustración 26 Diagrama Historias	68
Ilustración 27 Diagrama Esencias.....	69
Ilustración 28 Diagrama Externos	69
Ilustración 29 Diagrama Estrategia	70
Ilustración 30 Diseño Stand	71
Ilustración 31 Registro Fotográfico	73
Ilustración 32 Presupuesto	78

CAPITULO 1

PLANEAMIENTO

La diversidad arquitectónica que presenta la ciudad de Pasto a través de sus iglesias hace parte del patrimonio cultural de la ciudad, el por qué esta dada la ubicación de cada una de ellas, el tiempo que tienen en la ciudad o el por qué están construidas.

El transmitir conocimiento en la actualidad se presenta de muchas maneras donde la información se adquiere de todas partes del mundo, que en otras épocas solamente se daban por medio de periódicos o de la tradición oral sobre los hechos que pasaban en la localidad o región de las personas. Ello hacía que las personas sepan de la historia de su ciudad.

El comportamiento de una región se da por medio de sus fiestas, comidas, dialecto, artesanías, danzas que tienen un origen y se convierten en tradiciones y costumbres que representan a una comunidad. Estas se mantienen entre la gente porque se transmiten de generación en generación, sin embargo son hechos que tienen fundamentos socio-culturales que se estiman especialmente por ser valiosos.

En la ciudad el papel que tienen las iglesias en la forma en que se convierten en un punto de referencia para la ubicación de la personas, se tiene en cuenta que la participación de la iglesia católica a través de la historia por medio de la evangelización se convierte en un eje fundador de las ciudades; es así que las estructuras arquitectónicas de las ciudades se componen de una plaza central, el puesto de gobernación y la iglesia, esta última se construye gracias a la participación voluntaria de los devotos y no través de una financiación pública.

De acuerdo a la época donde comienzan las construcciones de las iglesias fijan un punto donde determinan el estilo arquitectónico de las mismas, y a medida que las ciudades van creciendo, las necesidades de una población devota y creyente se hacen cada vez más complejas. Es por eso, que los arquitectos comienzan a crear sistemas e innovaciones para ampliar las posibilidades de la época. Lo anterior hace que nuestra ciudad presente una variedad de iglesias con un estilo arquitectónico particular que puede ser aprovechada como elemento de potencial turístico.

Por medio del trabajo de investigación desarrollado en el presente proyecto se evidencia que la población presenta un desconocimiento de la información histórica el legado y la influencia social que tienen las iglesias del centro histórico en la construcción de la ciudad de Pasto.

Actualmente hemos visto como la ciudad se ha ido transformando por la introducción de nuevas formas de comunicación y los cambios en el ámbito

urbanístico en pro del desarrollo de la ciudad y actualizaciones tecnológicas. Dentro de estos procesos hemos visto la modificación del centro histórico de la ciudad generando una pérdida en el valor representativo de la ciudad.

OBJETIVO GENERAL

Diseñar una estrategia de Branding para la empresa Tapiz de Retazos como promotor Turístico y mediador de acciones en pro de la conservación del patrimonio cultural y arquitectónico religioso de la ciudad de San Juan de Pasto.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Establecer por medio de la metodología de Design Thinking una estrategia de comunicación basada en experiencia de usuario.
2. Recopilar información histórica de los templos de San Juan de Pasto para referenciar su historia y características arquitectónicas.
3. Interpretar el estado actual del patrimonio con stakeholders involucrados en la preservación del patrimonio cultural y arquitectónico de la ciudad.
4. Operacionalizar y testear la estrategia de comunicación y evaluar los resultados obtenidos a través de Design Thinking.

JUSTIFICACIÓN

En la ciudad de Pasto hay mucha historia detrás de sus iglesias y que ha hecho parte del patrimonio cultural de la ciudad, el objetivo del proyecto precisa en aportar al rescate del patrimonio arquitectónico religioso y cultural de la ciudad a través de diversas estrategias de comunicación generadas por una empresa enfocada en el turismo, que transmita información, comunicación y entretenimiento aprovechando los medios de comunicación tradicionales y tecnológicos promoviendo conocimiento a los ciudadanos y potencializando a la ciudad de San Juan de Pasto como destino turístico desde la perspectiva religiosa, creando una contribución adicional a otras festividades que se realizan en la ciudad (Carnaval, Festivales de teatro y danza, etc.) .

La forma en la cual las personas se comunican actualmente mediante una interacción digital constante con la cual han encontrado nuevas formas de expresarse y recibir información de interés de su localidad y de cualquier parte del mundo de forma instantánea. Es así como aprovechando los múltiples medios y plataformas de comunicación, es posible llegar a las personas de manera más rápida y eficientemente.

CONTEXTUALIZACIÓN

“Actualmente se está experimentando un cambio en la cultura de la innovación, este cambio consiste en pasar de una cultura de innovación basada en la eficiencia y la optimización a una forma de innovar que trae consigo múltiples posibilidades. Esta forma de innovar se origina en el pensamiento creativo y en especial, en la forma particular como los diseñadores resuelven los problemas. Esto es el Pensamiento de Diseño.”

Felipe Jiménez Cano. 2009.

Aprovechando esta síntesis es donde a través de la nuevas formas de creación de ideas se pretende generar un aporte a la preservación del patrimonio cultural y arquitectónico religioso de la ciudad de Pasto, brindar una solución integrar que abarque no solo la disciplina de comunicación visual sino también ámbitos multidisciplinarios con trabajo en equipo de diferentes áreas y profesiones, todo ello desde el marco de identidad corporativa aplicada a una empresa enfocada al turismo de la región.

MARCO TEÓRICO // QUE ES MARCA?

La Marca será la encargada de distinguir dentro del mercado un producto o servicio ofrecido, haciendo visible una necesidad dentro del sector donde se desea ejecutar, busca llenar el imaginario del consumidor con la promesa que tiene la marca y el propósito asignado al producto o servicio dentro del mercado.

“La marca no es el producto, sino lo que ambos significan. Una marca que no significa nada para alguien, está muerta. El producto es el soporte de la marca. Ninguna marca existe sin aquello que la justifica y le da sentido. Es decir, el producto o el servicio, la empresa y el público. La marca es la síntesis de la empresa, el producto/servicio y su comunicación.” Joan Costa “Hacia donde van las marcas”- Foroalfa

Una empresa sin una estrategia de comunicación enfocada a su público objetivo no tendrá validez dentro del mercado, no será visible; las acciones que se ejecuten involucrando al consumidor y demostrando la validez de la necesidad establecida distinguirán el valor de la marca, como símbolo identificador del propósito que tiene la empresa dentro de su público objetivo.

“El posicionamiento de la empresa comienza a administrarse intencionalmente con el fin de garantizar el ajuste a sus objetivos estratégicos. Y dentro de esa gestión ocupa un lugar la creación, implantación y cuidado de la marca corporativa. La marca de la empresa cumple la función de simbolizar con un signo públicamente notorio ese posicionamiento estratégico y garantizar su presencia continua en el imaginario social.” Norberto Chávez “El poder de la Marca en la Cultura”

TIPOLOGÍA

Debe tenerse en cuenta la forma en la cual se va a crear la identidad de la empresa, para ello se tiene como referencia la clasificación tipológica compartida por Norberto Chávez, para reconocer e identificar el tipo de identificador que se vaya a aplicar en la empresa.

MARCO LEGAL

Basado en el propósito de creación de identidad corporativa se deben tener en cuenta las normas y reglamentos establecidos por la constitución Colombiana y entidades reguladoras como es el caso de la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC) que establecen ciertos parámetros para realizar un registro de Marca.

Para la Superintendencia de Industria y Comercio la Marca es: “un signo distintivo que sirve para identificar productos o servicios en el mercado. Es el signo que otorgará a una persona y/o empresa la capacidad de identificar sus productos o servicios de otros idénticos o similares existentes en el mercado”

“Un producto es cualquier cosa producida para el consumo y la inversión. También es todo lo que circule en el mercado o comercio. Este puede ser de diversa índole: consumo, industrial, técnico, agrícola, artesanal, entre otros.

Un servicio se define como las actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades. En términos generales podemos decir que los servicios se clasifican en: Servicios comerciales, que comprenden los servicios profesionales, los relacionados con la tecnología de la información, la investigación y el desarrollo.”

TITULO VI

DE LAS MARCAS

CAPITULO I

De los Requisitos para el Registro de Marcas

Artículo 134.- A efectos de este régimen constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica. La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro.

Podrán constituir marcas, entre otros, los siguientes signos:

- a) Las palabras o combinación de palabras;
- b) Las imágenes, figuras, símbolos, gráficos, logotipos, monogramas, retratos, etiquetas, emblemas y escudos;
- c) Los sonidos y los olores;
- d) Las letras y los números;

- e) Un color delimitado por una forma, o una combinación de colores;
- f) La forma de los productos, sus envases o envolturas;
- g) Cualquier combinación de los signos o medios indicados en los apartados anteriores.

No podrán registrarse como marcas los signos que:

- a) No puedan constituir marca conforme al primer párrafo del artículo anterior;
- b) Carezcan de distintividad;
- c) Consistan exclusivamente en formas usuales de los productos o de sus envases, o en formas o características impuestas por la naturaleza o la función de dicho producto o del servicio de que se trate;
- d) Consistan exclusivamente en formas u otros elementos que den una ventaja funcional o técnica al producto o al servicio al cual se aplican;
- e) Consistan exclusivamente en un signo o indicación que pueda servir en el comercio para describir la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción u otros datos, características o informaciones de los productos o de los servicios para los cuales ha de usarse dicho signo o indicación, incluidas las expresiones laudatorias referidas a esos productos o servicios;
- f) Consistan exclusivamente en un signo o indicación que sea el nombre genérico o técnico del producto o servicio de que se trate;
- g) Consistan exclusivamente o se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio de que se trate en el lenguaje corriente o en la usanza del país;
- h) Consistan en un color aisladamente considerado, sin que se encuentre delimitado por una forma específica;
- i) Puedan engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate;
- j) Reproduzcan, imiten o contengan una denominación de origen protegida para los mismos productos o para productos diferentes, cuando su uso pudiera causar un riesgo de confusión o de asociación con la denominación; o implicase un aprovechamiento injusto de su notoriedad;
- k) Contengan una denominación de origen protegida para vinos y bebidas espirituosas;

l) Consistan en una indicación geográfica nacional o extranjera susceptible de inducir a confusión respecto a los productos o servicios a los cuales se aplique;

m) Reproduzcan o imiten, sin permiso de las autoridades competentes, bien sea como marcas, bien como elementos de las referidas marcas, los escudos de armas, banderas, emblemas, signos y punzones oficiales de control y de garantía de los Estados y toda imitación desde el punto de vista heráldico, así como los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones de cualquier organización internacional;

n) Reproduzcan o imiten signos de conformidad con normas técnicas, a menos que su registro sea solicitado por el organismo nacional competente en normas y calidades en los Países Miembros;

o) Reproduzcan, imiten o incluyan la denominación de una variedad vegetal protegida en un País Miembro o en el extranjero, si el signo se destinara a productos o servicios relativos a esa variedad o su uso fuere susceptible de causar confusión o asociación con la variedad; o

p) Sean contrarios a la ley, a la moral, al orden público o a las buenas costumbres;

No obstante lo previsto en los literales b), e), f), g) y h), un signo podrá ser registrado como marca si quien solicita el registro o su causante lo hubiese estado usando constantemente en el País Miembro y, por efecto de tal uso, el signo ha adquirido aptitud distintiva respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica.

Artículo 136.- No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) Sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación;

b) Sean idénticos o se asemejen a un nombre comercial protegido, o, de ser el caso, a un rótulo o enseña, siempre que dadas las circunstancias, su uso pudiera originar un riesgo de confusión o de asociación;

c) Sean idénticos o se asemejen a un lema comercial solicitado o registrado, siempre que dadas las circunstancias, su uso pudiera originar un riesgo de confusión o de asociación;

d) Sean idénticos o se asemejen a un signo distintivo de un tercero, siempre que dadas las circunstancias su uso pudiera originar un riesgo de confusión o de asociación, cuando el solicitante sea o haya sido un representante, un distribuidor

o una persona expresamente autorizada por el titular del signo protegido en el País Miembro o en el extranjero;

e) Consistan en un signo que afecte la identidad o prestigio de personas jurídicas con o sin fines de lucro, o personas naturales, en especial, tratándose del nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura de una persona distinta del solicitante o identificada por el sector pertinente del público como una persona distinta del solicitante, salvo que se acredite el consentimiento de esa persona o, si hubiese fallecido, el de quienes fueran declarados sus herederos;

f) Consistan en un signo que infrinja el derecho de propiedad industrial o el derecho de autor de un tercero, salvo que medie el consentimiento de éste;

g) Consistan en el nombre de las comunidades indígenas, afroamericanas o locales, o las denominaciones, las palabras, letras, caracteres o signos utilizados para distinguir sus productos, servicios o la forma de procesarlos, o que constituyan la expresión de su cultura o práctica, salvo que la solicitud sea presentada por la propia comunidad o con su consentimiento expreso; y,

h) Constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario.

Artículo 137.- Cuando la oficina nacional competente tenga indicios razonables que le permitan inferir que un registro se hubiese solicitado para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, podrá denegar dicho registro.¹

¹ <http://www.propiedadintelectualcolombia.com>

CAPITULO 2

QUIÉN ES TAPIZ DE RETAZOS?

Para la ejecución del presente trabajo de Diseño, se busca un equipo de trabajo que permita facilitar la gestión y ejecución de los objetivos planteados en proyecto, se buscó una empresa enfocada en el turismo de la región con interés de promover el rescate del patrimonio cultural y arquitectónico religioso de la ciudad de Pasto.... En la búsqueda se encuentra a Tapiz de Retazos un operador turístico en el cual a continuación se realiza una descripción de la empresa:

“El trabajo comunitario permite encontrar varias dificultades, de las más relevantes la falta de oportunidades laborales y desarrollo de emprendimiento. En búsqueda de una solución se identifica un grupo de jóvenes y madres cabezas de familia de la comuna cinco de Pasto que quieren generar ingresos, buscar nuevas alternativas que les permita desarrollar sus capacidades, es así como nace la idea de agruparlos, inicialmente se los invita a una reunión con el objetivo de conocer de ellos que quieren hacer y cómo podrían ellos auto gestionar su propio desarrollo”

Henry López – Director Tapiz de Retazos

QUIENES SOMOS

Tapiz de Retazos, es un asociación conformada por jóvenes de la comuna cinco (5) del Municipio de Pasto, quienes buscan por medio del turismo dar a conocer la cultura, historia, cuidado de reservas, sitios reconocidos de la ciudad, así mismo generar ingresos, donde las utilidades obtenidas por esta actividad son reinvertidas para los estudios superiores de sus integrantes y desarrollo de investigaciones que ayuden a mejorar el sector turístico del municipio y del departamento.

MISIÓN

Brindar alegría, compartir experiencias renovadoras recorriendo lugares de gran valor histórico, cultural y ecológico de nuestra región, de forma divertida y educativa.

VISIÓN

En cinco años, Tapiz de retazos será la empresa líder en guianza turística del departamento de Nariño.

IDENTIDAD CORPORATIVA

Dentro del proyecto de Diseño no solo solamente se quiere aprovechar la historia y cultura de la ciudad, la solución presente dentro del proyecto quiere llegar a ser una solución integral de Diseño basada en la experiencia de las personas. A continuación se muestra la antigua imagen que la empresa maneja como identidad corporativa:



Ilustración 1 Primer Logo

El logo-símbolo evidencia claramente la necesidad de realizar un Rediseño de identidad para la empresa, y se toman conceptos con los cuales ellos querían comunicar con su antigua imagen, los cuales son sendero, camino, montañas, turismo, aventura y tradición.

“El nombre de tapiz de retazos, nace de porque al ser nosotros de diferentes condiciones y generos haríamos como una colcha de retazos, cada integrante sería un retazo el cual se puede unir a otro, la segunda condición para aceptar este nombre es porque a Nariño se lo conoce como tapiz de retazos, ese nombre gusto desde la primera vez y se afianzo creando propiedad por él.”

Henry López- Director Tapiz de Retazos

PIEZAS GRÁFICAS

La empresa de Tapiz de Retazos lleva trabajando aproximadamente 2 años por lo cual ya tienen piezas graficas con su imagen y donde se evidencia igualmente la falta de unidad visual y la ausencia de piezas como tarjeta de presentación, membrete, escarapela, pendón, etc. La cuales son necesarias para la difusión comercial de la empresa y los servicios que esta presenta.



Ilustración 3 Carpeta



Ilustración 2 Flyer



Ilustración 5 flyer



Ilustración 4 Pagina Web

REFERENTES GRÁFICOS

BARNIZ DE PASTO

La técnica original no ha variado, pero sí los motivos ornamentales, que se han ido acomodando a los gustos y preferencias de cada etapa histórica. Los artesanos del Barniz ponen el toque personal en sus diseños, a veces puramente decorativos en su juego de formas, de colores y espacios, y a veces con los relatos de historias y sucesos de la vida del hombre campesino de las regiones frías del altiplano: vendedores de frutas, mujeres embozadas con niños en los brazos, paisajes con caballos, palomas y casitas con caminos; y del mundo fantástico de la magia y la religiosidad, ranas anunciadoras de las lluvias, búhos del ámbito nocturno, mariposas de fuego y ángeles regordetes de facciones indígenas.

EDUARDO MUÑOZ. ERKI NARVAEZ

CASAS DEL BARRIO EL CHARCO

Barrio ubicado en el municipio de Ipiales donde el rescate de la cultura del Pueblo de los Pastos se refleja en las diferentes figuras que fueron plasmadas en las paredes exteriores de las casas y que fueron pintadas con la asesoría y diseños del maestro nariñense Carlos Santacruz.

“Los diseños buscan fortalecer la cultura de nuestros antepasados. Estos dibujos hacen parte de la simbología encontrada en los objetos de orfebrería y la cerámica del Pueblo de Los Pastos que se caracterizan por su estética”, explicó el antropólogo Eduardo Zúñiga.

VANESSA ZÚÑIGA

Diseñadora nacida en Loja, graduada en la Universidad del Azuay (2000. Cuenca, Ecuador); enfocada en el rescate y revalorización de los signos visuales de las culturas originarias del Ecuador. Creadora del proyecto “Crónicas Visuales del Abya Yala” donde plasma tipografías experimentales andinas, módulos andinos, un repertorio significativo de signos visuales, ilustraciones, carteles, entre otros. Behance e información del artista: <https://www.behance.net/amuki>

NUEVA MARCA PAÍS TURQUÍA

Marca País creada por la consultora de Saffron Brand, para dar a conocer su ventaja competitiva de la manufacturación de los productos de Turquía, extraen patrones y símbolos representativos de su cultura que se encuentran plasmados en trabajos artesanales para ser reflejados en la nueva identidad.

Más Información: <http://saffron-consultants.com>

PROCESO GRÁFICO

En la Matriz de ideas como proceso creativo de una nueva identidad corporativa para Tapiz de Retazos, se toman conceptos que quisieron expresar en su anterior imagen buscando dar una mejor unidad visual... ideas y conceptos como montañas, camino, turismo, aventura, tradición se buscan en estilos gráficos como los figurativos, geométricos, tipográficos, icónicos y representaciones con referentes animales; buscando un elemento identificador y representativo de lo que quiere expresar Tapiz de Retazos como operador turístico de la Región, promoviendo cultura, arte, recreación, tradición y reconocimiento de los lugares que tiene la ciudad de San Juan de Pasto y Nariño en General como destinos atractivos para viajar y conocer.

Se continúa con el proceso de bocetación y se realiza un proceso de unificación de imágenes para generar el concepto de la marca... montañas, camino, aventura... se realiza una un bosquejo y posterior digitalización de los conceptos trabajados. Por último se obtiene como resultado la siguiente gráfica:



Ilustración 6 Nuevo Logo

SELECCIÓN TIPOGRÁFICA

Para la selección tipográfica que acompaña al logo se buscan fuentes tipográficas que se encuentren acordes a la imagen obtenida, se analizan fuentes tipo sans serif, serif, caligráficas, decorativas, etc. Se encuentran dos Familias tipográficas de carácter decorativo para marcar el estilo del logo-símbolo a crear y que permita la función de identificador tanto en su forma tipográfica o usando únicamente el símbolo. Las fuentes que se determinaron son Gabriela para el uso

de textos y el slogan de la empresa y la tipografía Kana a la cual se eliminan los remates para mejorar su legibilidad, esta última será utilizada para el nombre de la empresa.

RESULTADO FINAL

Operador Turístico



Tapiz De Retazos

Conociendo Nariño

Ilustración 7 Nueva Imagen

CREACIÓN DE MARCA

IDENTIDAD DEL PROYECTO.

Dentro del proyecto de Diseño no solo solamente se quiere aprovechar la historia y cultura de la ciudad, la solución presente dentro del proyecto quiere llegar a ser una solución integral de Diseño basada en la experiencia de las personas. Es así que para la nueva imagen se toman elementos como los senderos representados en la parte central del logotipo, la cual conecta dos puntos como si habláramos de diferentes destinos, en el fondo se ve rodeada de una trama de colores verdes en diferentes tonalidades la cual hacen mención a una característica de Nariño, “El verde de todos los colores”, se utilizan elementos de la iconografía de los Pastos como elementos representativos de una cultura y se agrega el slogan “Conociendo Nariño”.

DISEÑO DE RUTAS

Para el diseño de rutas se establecen los recorridos que realiza el operador turístico y se los separa en categorías generales para poder establecer una iconografía representativa y que los usuarios puedan identificar.

- Bitácoras de Villaviciosa

Categoría donde se invita al turista y ciudadano a visitar conocer y reconocer la Ciudad de San Juan de Pasto, viajes y recorridos que incluyen historia, cultura, gastronomía y el entretenimiento regional, recorridos como “pintémonos de carnaval”, “Una visita a Pasto en la Noche”, “Turismo Religioso-Pasto” y “Recorriendo nuestros museo”, que amplían la perspectiva inicial de hacer rescatar el patrimonio cultural y arquitectónico religioso de la ciudad por parte de sus habitantes. Se determinó llamar a esta categoría “Bitácoras de Villaviciosa” pues recuerda un nombre pasado de la ciudad y que busca en las personas llevar un expedicionario propio y colectivo de la historia y cultura de San Juan de Pasto, y su elemento representativo lleva igualmente la cruz como símbolo de mayor representación religiosa tanto de la ciudad como también de su arquitectura, se une

además con el proyecto de Diseño y se involucra en un proceso macro de la labor de Tapiz de Retazos.

- Rutas

Categoría donde se le ofrece al turista y ciudadano, destinos dentro del departamento como opciones de viaje a los lugares turísticos más atractivos de Nariño, conociendo en todas sus facetas, para realizar estos recorridos realizan un turismo solidario para generar con la localidad de destino, ofreciendo alimentación y servicios propios del lugar generando un impulso económico y social en los diferentes destinos. Planes como “Ruta Mariana”, “De Regreso al Campo”, “Visita veredas en el Encano”, “Volcán Azúfral”, “Artesanía y Cultura Sandoneña”.

- Gastronomía Regional

Categoría donde se informa al turista y ciudadano que la mayoría de paquetes que maneja el operador turístico ofrecen gastronomía propia de la Región Nariñense, a través de la visita de restaurantes típicos o casonas ya sea de la ciudad de Pasto o del lugar que se quiera visitar.

DESARROLLO PIEZAS GRÁFICAS



Ilustración 9 Nueva Página Web



Ilustración 8 Tarjetas de Presentación

Sobre Nosotros

Gastronomía Regional
 Muchos de nuestros pequeños ofrecen la gastronomía propia de la región Nariño, a través de la visita de restaurantes típicos en el lugar que se quiere visitar.

Operador Turístico

Rutas
 Recorre el Valle de todos los colores con nuestras opciones de viaje a los lugares turísticos más atractivos de Nariño, todo con acompañamiento permanente de nuestros guías.

Bitácoras De Villaviecosa
 Encuentra nuevas maneras de visitar, conocer e inspirarse la Ciudad de San Juan de Pasto. Historia, cultura, gastronomía y el entretenimiento regional.

Tapiz De Retazos Conociendo Nariño

Visítanos
www.tapizderetazos.com
 Nit. 891280005
 Calle 18 N°29-15 Diagonal Cámara de Comercio
 Cel: 3148050379 - 3175860864 - San Juan de Pasto

Ilustración 11 Plegable A

Rutas de Turismo

Nuestros Recorridos

RUETA HISTÓRICA - BELLAGUASA
 Recorrido: San Felipe, San Andrés y Plaza de Nariño - San Juan y La Merced

VISITANDO MUESTRAS ARTESANAS (MANOSCAL)
 Transporte: Pasto - Sandaká y visita la agricultura de nuestras campesinas nariñenses. Visita a las artesanías que elaboran las joyas. Visita el Centro a la biblioteca de nuestra señora del Rosario y Patrimonio Cultural. Encuentro (transporte, alojamiento, desayuno y almuerzo) en el municipio de Nariño y Guacaná.

VISITA A PIEDRA DE BOLIVAR EN BOMBONA (BOGOTANA)
 Se visita el monumento a la piedra de Bolívar recordando la batalla del Bombona, el recorrido incluye:

Transporte ida y regreso al Desayuno y Almuerzo y visita a la piedra del Bolívar y visita a la Hacienda Bombona Retorno al Guacaná y Toma de Fotografías.

RUETA ENTENDEMOS DE CARNABAL
 Recorrido: Plaza del carnaval y visita a talleres artesanales y visita Colección etnográfica y visita Museo del Carnaval de Guacaná y Toma de Fotografías.

VISITA AL SANTUARIO DE LAS CAJAS
 INCLUYE: Transporte al Santuario de Las Cajas, Turismo en República de Ecuador y retorno en avioneta y visita al santuario de Nuestra Señora de Las Cajas y Entrada al Museo y Visita al Cementerio de Tulcan y Visita a la zona comercial de Tulcan y Patrimonio de El pedregal y Alojamiento en la ciudad de Tulcan y De traslado estacionamiento contemplando la geografía del nuestro departamento y Guacaná y Toma de Fotografías.

RUETA AL ESCENARIO VERDE EL DOMINICILLO O VERDE EL HORTICION
 INCLUYE: Transporte Pasto al escenario y retorno al servicio de Refresco (transporte) y Almuerzo (transporte) y Comida, la memoria de Cantón y Fotografía en la noche a la verde y Toma de Fotografías y Guacaná.

RUETA A LA LAGUNA VERDE (VOLCAN AZUAGRA)
 INCLUYE: Transporte Pasto Rosama y Retorno a la ciudad y Fotografía y Almuerzo en Tulcanes una vez en la zona de la Laguna Verde y Guacaná.

Ilustración 10 Plegable B

Tapiz De Retazos
 Conociendo Nariño
 Nit. 891280005

www.Tapizderetazos.com

Calle 18 N°29-15 Diagonal Cámara de Comercio
 Cel: 3148050379 - 3175860864 - San Juan de Pasto
 www.Tapizderetazos.com

Ilustración 12 Membrete

CAPITULO 3

NUESTRA CIUDAD

En la creación y construcción de las ciudades, sus habitantes marcan las etapas de crecimiento y desarrollo de la región en conjunto con la cultura que ha estado presente en el lugar; en el caso de América, es una mezcla de conocimientos que tienen participación en este proceso de expansión a nivel poblacional y arquitectónico. La adaptación de los nuevos conocimientos y del patrimonio que se adapta a las situaciones que se presentaron a través del tiempo.

En así como por medio de representaciones, monumentos y lugares el patrimonio se edifica y es apropiado, reproducido y utilizado desde el pasado hasta el presente en un proceso de construcción y apropiación es ahí donde la importancia de la conservación de estos espacios como creen Sebastián Serna y Santiago Pradilla dos jóvenes arquitectos toma relevancia en el momento de “preservar la arquitectura histórica que le da carácter a la ciudad y ayuda a conservar las tradiciones”

En la ciudad de Pasto establecidos en una línea de tiempo donde la cultura ha estado inmersa en un proceso de globalización de las comunicaciones y está cada vez más presente en todo el mundo, el saber histórico de la ciudad va perdiendo fuerza y valor entre cada generación, la tradición oral ha ido perdiendo validez. Sus habitantes no tienen mucho conocimiento de la historia de la ciudad, el origen de las tradiciones, la historia de las iglesias y calles y los acontecimientos de la época las cuales influyen en el proceso y estilo de construcción de las mismas.

En la historia de la ciudad, a medida que ha ido creciendo, al igual que sus habitantes y en sus construcciones, en la cual en el tiempo han ocurrido desastres y accidentes naturales que han afectado las construcciones. De ahí que se puede decir que la arquitectura original de la ciudad de Pasto, se fue perdiendo porque de reconstrucción en reconstrucción, fue cambiando. “De ahí que no podemos decir que nuestra arquitectura sea colonial. No, la arquitectura de Pasto es una arquitectura republicana” (Hoyos, J, 2003, p.193).

Se pueden recorrer y visitar los templos y capillas de la ciudad y de la zona rural, y admirar la belleza de estas obras de arquitectura, de fe y de trabajo comunitario, que nos narran desde cada rincón, cada imagen, retablo, vitral, etc., la historia de la región, así mismo en el intento de unir o establecer una convivencia de creencias católicas e indígenas y el desarrollo del arte regional nacional y hasta mundial.

Establecidos en el valle de Atriz, la mezcla de las edificaciones religiosas y su ubicación sin planificación en conjunto con el entorno que la rodea, sus montañas y el imponente volcán, crean un nuevo paisaje, que en conjunto con sus habitantes y tradiciones hacen de una ciudad llena de encanto y grandeza. Así los templos tienen

su propia historia cargados de influencias artísticas globales, que se desarrollan con el potencial propio de sus pobladores impulsores y arquitectos, razón por la cual se le da a Pasto el calificativo de “Ciudad Teológica”, así tenemos: La Catedral, San Juan Bautista, La Panadería, La Merced, San Felipe, Santiago, Cristo Rey, Fátima, San Andrés, San Agustín, Nuestra Señora del Carmen, Maridíaz, La Sagrada Familia, Santo Sepulcro, Niño Jesús de Praga, San José Obrero, Nuestra Señora de Lourdes, La Concepción y Visitandinas. La mayoría de los templos son de estilo románico, una arquitectura que se inspira en las construcciones romanas de los siglos XI y XII.

Los eventos que se llevan a cabo en torno a estas construcciones ha sido de importancia debido a que expresa el estado, en el cual se encuentra el conjunto de las relaciones sociales, religiosas y políticas, es decir en cuanto a los imaginarios de creencias que van transformándose de año en año.

Como se trata de procesos históricos de larga duración, la secuencia de la procesión, el estilo musical para la misma, los monumentos que se crean en los templos más antiguos, en fin el orden de los diferentes eventos, responden a un esquema de tradicional.

“Patrimonio Cultural es el conjunto de bienes muebles e inmuebles, materiales e inmateriales, de propiedad de particulares o de instituciones u organismos públicos o semipúblicos que tengan valor excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte, de la ciencia y de la cultura y por lo tanto sean dignos de ser considerados y conservados para la nación.” UNESCO 1977

El texto anterior confirma que es importante la elaboración de contenidos pedagógicos para generar conciencia en la carga cultural inmueble que representan las construcciones arquitectónicas religiosas en la ciudad de Pasto, que permita reforzar el conocimiento de nuestro pasado y presente histórico de la ciudad; generar además conciencia y sensibilidad en las nuevas generaciones sobre la preservación de estos bienes materiales.

POR QUÉ PROMOVER LAS IGLESIAS?

En los días de semana santa en la ciudad de Pasto se destaca la visita a santuarios, templos y capillas, estas últimas dentro de la zona rural y la zona urbana. Dada su profusión y contenido cultural e histórico en algún momento los eclesiásticos denominaron a Pasto como “Ciudad Teológica”

Dentro de los conceptos políticos las acciones populares se constituyen en un derecho de los ciudadanos establecidos de una labor de fundamentación y sustento ideológico que gocen de un reconocimiento universal, además de tenerlos como bienes supremos de la civilización (La protección constitucional del ciudadano. Bogotá D.C.:Legis. 2004. p. vii), dichos logros no alcanzan a ser suficientes cuando de obtener su materialización y concreción en la vida práctica se trata.

En este sentido, la Doctora María del Pilar Hernández Martínez ³ explica: “El Estado social, se caracteriza porque no solo se limita a dar garantías formales a través de las normas sino que, además, da garantías materiales que prescriben de un modo programático, los intereses en conflicto que emergen de su seno, proveyendo las 4 reglas de justicia distributiva”.

Así entonces, las acciones populares abarcan como ámbito de protección, dos conceptos, con el objetivo de buscar a través de ellas el restablecimiento de los intereses de la población en la medida de su afectación, lo cual implicaba una vulneración de los intereses de cada uno de los miembros que lo componen. Para una mejor comprensión sobre este punto, José Barbosa Moreira hace la siguiente reflexión: “Los interesados se hallan siempre en una especie de comunión tipificada por el hecho de que la satisfacción de uno solo implica necesariamente la satisfacción de todos, así como la lesión de uno solo constituye, ipso facto, lesión de la entera comunidad”.

Generar conciencia del carácter no renovable de dicho patrimonio cultural entre los mismos habitantes de estos sitios, deberá ser otro de los objetivos de los proyectos de mantenimiento y restauración del patrimonio que están sujetos a grandes afluencias turísticas.

El Turismo se ha convertido en una fuente permanente de ingresos y empleo, administrar estos recursos para fomentar el desarrollo regional y mejorar el nivel de servicios e infraestructura sumando el interés de ofrecer cada vez a mayores atractivos que favorezca la atracción de turistas y prolongar su estadía en el país o región.

Ernesto González Licón cuenta que “México es visitado al año por 6 millones de turistas extranjeros en promedio, los cuales dejan alrededor de tres mil quinientos

millones de dólares. A estas cifras habría que agregar los casi 40 millones de mexicanos que recorren el país por año.” Muchos de ellos visitan zonas arqueológicas, monumentos y centros históricos y las cifras las cuales menciona el autor puede que parezcan interesantes para ingresos económicos, también menciona que estos eventos han generado una respuesta negativa en la conversación y mantenimiento del patrimonio cultural y arquitectónico. El interés de generar conciencia a partir de los ingresos que otorga el turismo en la región tenga como objetivo y prioridad la financiación de obras para el mejoramiento, conservación y mantenimiento de los monumentos, edificios públicos, religiosos, civiles y zonas de interés además de crear proyectos encaminados al desarrollo urbano teniendo en cuenta la planificación del desarrollo urbano de una manera estratégica adaptable y aceptable a los sectores de población en conjunto con el tejido histórico de las ciudades que no se vean supeditados a otros intereses.

El patrimonio en general y el patrimonio histórico en particular (incluyendo al arqueológico) están cada día más expuesto a factores que afectan tanto su supervivencia material como a la distorsión de sus valores. Así, día a día se pierden en nuestro país importantes elementos de nuestra herencia compartida, una herencia que desafortunadamente constituye un bien social frágil, no renovable y, por lo mismo, insustituible. Su pérdida impacta en varios sentidos, que corresponden a los valores patrimoniales que se afectan (estético, simbólico, histórico, científico y económico), lo que en conjunto minimiza sus posibilidades de cumplir su función más importante: la de ser un factor de construcción de la ciudadanía. (Apropiación Social del Patrimonio, Dr. Manuel Gándara Vázquez, México, 2013)

La conservación del patrimonio de manera integral evaluando aspectos como la investigación, la conservación material, la protección legal, la planeación estratégica y administración con un enfoque hacia la apropiación social de los valores patrimoniales. Transmitirlo en un lenguaje que llegue de manera integral a la ciudadanía local, que entretenga y entienda la importancia de que las construcciones son una herencia compartida preservada a través del tiempo y de carácter no renovable con una carga importante de tradición y cultura, lograr además la percepción, la relevancia de estos valores y de su papel no solamente como elementos de la memoria colectiva, sino como instrumentos en la construcción de un futuro más justo y sustentable.

Crear estrategias de divulgación de las cuales hemos visto que México muestra potencial y que es adaptable a nuestro contexto. No solamente abordar los contextos teóricos y metodológicos sino también herramientas y estrategias de aplicación en contextos sociales y culturales de nuestra región, generados y contruidos mediante el trabajo colectivo de investigación y ciudadanía. Analizar el papel de los museos y sus características para ser adaptadas a los sitios

patrimoniales tales como las iglesias, resaltando la carga artística y arquitectónica de cada una de ellas, pues pueden ser mecanismos de importancia para hacer llegar los valores patrimoniales.

Los museos comunitarios iniciados en Oaxaca en 1986, que son por un lado un ejemplo de participación ciudadana en la conservación patrimonial y por otro de cómo el patrimonio puede ser cimiento de la memoria y la identidad colectiva, e incluso ser una fuente de recursos que arraigue a la gente a su territorio. (Apropiación Social del Patrimonio, Dr. Manuel Gándara Vázquez, México, Junio 2013).

De acuerdo a la Convención de la UNESCO celebrada en 1972 el patrimonio cultural incluye:

Los monumentos: obras arquitectónicas, de escultura o de pintura, monumentales, elementos o estructuras de carácter arqueológico, inscripciones, cavernas y grupos de elementos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia, del arte o de la ciencia. Los conjuntos: grupos de construcciones, aisladas o reunidas, cuya arquitectura, unidad e integración en el paisaje les dé un valor universal excepcional desde el punto de vista de la historia del arte o de la ciencia. Los lugares: obras del hombre u obras conjuntas del hombre y la naturaleza así como las zonas incluidos los lugares arqueológicos que tengan un valor universal excepcional desde el punto de vista histórico, estético, etnológico o antropológico.

HERRAMIENTAS TECNOLÓGICAS

Sabemos que actualmente los procesos de comunicación son muy ágiles y flexibles en el momento de llegar a las personas, se han convertido en nuevas opciones de entretenimiento y fuentes de información, además de estar conectados de manera virtual con muchas personas. Estas tecnologías se han convertido en herramientas que podemos aprovechar para el propósito de nuestro trabajo, poder llegar a la gente de manera interactiva, versátil y educativa para las personas a las que queremos llegar, donde pueda ser accesible a las nuevas generaciones en prioridad pero que está pensado para cualquier tipo de persona, e incluso turistas.

“A medida que las TIC se incorporan al patrimonio, surge la duda de si éstas se utilizan convenientemente para el fin que han sido creadas. En nuestro caso, gran parte de las aplicaciones TIC se han desarrollado para mejorar la comunicación con los visitantes. Ahora bien, ¿realmente el público reconoce esta nueva experiencia?” (César Carreras Monfort, Evaluación TIC en el patrimonio cultural, 2009)

La cultura es un proceso dinámico, por lo tanto requiere una acción pedagógica y dinámica para lograr un proceso educativo actual que ayude a solidificar la identidad

y el sentido de pertenecía hacia la ciudad de San Juan de Pasto; así la educación actúa en un contexto cultural para orientar el conocimiento y la apreciación, protección, valoración y conservación del patrimonio cultural material inmueble.

Recursos como libros, imágenes, documentos, hechos históricos deben ser un punto de partida y referencia sobre el valor arquitecto e histórico de la ciudad, partir de la recolección de información sobre datos como el autor de las obras, fechas, técnicas de construcción y el estado actual de sus infraestructuras, que permitan evaluar y de tener un soporte para generar sentido de pertenencia social en la comunidad pastusa.

Los imaginarios de la población pastusa y a la tradición oral que conservan los pobladores de este escenario. Se debe recurrir a los elementos y estructuras que componen a la ciudad, las cuales hacen parte de la historia de la ciudad para analizar el sentir, pensar y actuar de esta particular región. Todo ello, conlleva a proyectar el legado cultural que se ha venido heredando para las futuras generaciones.

El valor de la cultura y el sentido de pertenencia para la conservación del patrimonio, así como también la falta de políticas y normas para la conservación y difusión del patrimonio arquitectónico de la ciudad, generar además una mejor planificación de la ciudad que logre complementar y dinamizar los procesos de modernización sin perder el sentido de pertenencia.

El patrimonio cultural de la ciudad debe tomar la importancia y utilización que se merece. Se deberá prestar atención a los problemas del paisaje urbano y a la conservación de tipología colonial y republicana dentro del centro histórico que evidencia la evolución de la región. La existencia de objetos litúrgicos, imágenes libros son de poco uso y conocimiento siendo casi ignorados aunque su contenido sea de valor patrimonial.

INTERACCIONES.

Es importante desde este espacio acudir a la importancia que tiene tomar en cuenta que cada comunidad es diferente, con características particulares; desde las personas que dominan el tema, hasta quienes por alguna u otra circunstancia no cuentan con un vasto conocimiento acerca de ello, todos deberían ser estudiados a la hora de abordar un proyecto o actividad.

Para el desarrollo de un proyecto que busca el rescate de patrimonio es necesario tener en cuenta que debe estar enfocada no sólo a turistas a quienes se les cuenta los significados inmersos en las piezas culturales que existen, sino también ir más allá y buscar estrategias de comunicación que busquen un público propio de las regiones; por otro lado está la interpretación del contexto, a cómo las personas se desenvuelven en él y cómo se apropian de su cultura y de lo que significa, la historia y la tradición cultural son otros aspectos importantes en el desarrollo económico, político, social y cultural.

Día a día se construye el patrimonio que es diferente en cada una de las regiones, pero sus habitantes son quienes a través de sus vivencias y recuerdos lo intensifican y quienes determinan lo que se recordará en el futuro, cada generación construye su sociedad y la mantiene. Por consiguiente, las nuevas metodologías enfocadas a la recuperación del patrimonio cultural permite la intervención de la multidisciplinariedad, y de todas las poblaciones involucradas, lo interesante de abordar este tema desde diferentes perspectivas es la posibilidad de reinterpretar cada referente y realizar planteamientos propios con múltiples características estéticas.

Por lo tanto el diseño de estrategias multidisciplinarias enfocadas a la conservación y participación de las poblaciones involucradas. Introducir el compromiso en la educación patrimonial y animación sociocultural adecuadas a los contextos de cada lugar, generar nuevas percepciones de arte e historia y convertirlos con mayor fuerza en puntos referenciales de la ciudad con la estética variada de las estructuras arquitectónicas de las iglesias presentes en Pasto.

Establecer nuevas conexiones y valores con el patrimonio y el ciudadano resaltado a través de la interacción entre ellos, dando importancia al por que se deben ejecutar acciones de conservación del patrimonio como un bien material e inmaterial y al ciudadano como agente conocedor y conservador de la herencia a través del tiempo.

METODOLOGÍA PROYECTUAL

“La Identidad Visual es un componente de la Identidad Corporativa, pero no el único: la identidad de una empresa abarca más que su dimensión visual. La Identidad Corporativa se compone de gran cantidad de características que necesitan ser clarificadas y estructuradas, incluyendo la orientación, la filosofía y la comunicación.”

Prof. Robert Paulmann - corporate identity portal.

El desarrollo de una nueva imagen para Tapiz de Retazos se convierte en una primera etapa de acción para generar un impulso comercial y reconocimiento dentro de su público objetivo. Por lo tanto es necesario analizar, estudiar y conocer el sector donde se pretende abarcar los servicios ofrecidos y el público al cual se quiere dirigir, usando la metodología de Design Thinking que permite obtener diferentes posibilidades para llegar a las necesidades del usuario y generar empatía con la empresa y su identidad corporativa, teniendo en cuenta los objetivos del presente proyecto se realizó un estudio enfocado al rescate del patrimonio cultural y arquitectónico religioso como primera fase comunicativa del operador turístico, para ello se llevaron diferentes etapas de estudio como fue la documentación histórica de la iglesias dentro del centro histórico de la ciudad y referentes estratégicos de acción enfocadas al patrimonio arquitectónico religioso, una encuesta para evidenciar la necesidad de promover el valor de las iglesias, un análisis en conjunto con entidades y personas involucradas en el sector que participan directa e indirectamente en la preservación de estos espacios y de las actividades culturales de la región, la realización de talleres que permitieron generar estrategias de comunicación para fortalecer a Tapiz de Retazos como mediador de actividades en el sector turístico y cultural a la par de ser promotor de acciones en pro de la conservación del patrimonio de la ciudad.

DESCUBRIR

Los Templos

Lugares de historia, arte y cultura... las iglesias

La presencia de iglesias erigidas para el culto cristiano católico pone en evidencia la religiosidad de los habitantes de Pasto. La gran variedad de estilos arquitectónicos y de encontrar un gran número de iglesias dentro de un marco geográfico relativamente pequeño demuestran un papel importante en el desarrollo de la ciudad tanto en lo social, cultural, artístico, político etc. Que a través del tiempo establecen puntos de referencia en conocimientos, en acontecimientos y experiencias que dentro de una memoria colectiva tratan de perdurar en el paso del tiempo.

Estos templos que se convierten en puntos de ubicación, hacen parte de una percepción visual de cada uno de sus habitantes, sin importar la ideología de cada persona pueden llegar a convertirse en lugares de común encuentro y han generado un collage de cúpulas que se mezclan entre sí desde varios puntos de la ciudad, lo que demuestra su valor influyente en nuestro diario vivir y que en la actualidad hacen parte de un San Juan de Pasto que atraviesa en una transformación social y arquitectónica.

TEMPLO DE SAN JUAN

Por estar ubicado en el centro de la ciudad es lugar obligado para todo turista, por su marcado estilo colonial, su importancia se acrecienta, ya que aquí reposan los restos del caudillo pastuso, defensor de la causa realista en la batallas de independencia. Agustín Agualongo y la imagen de San Juan Bautista con la que se fundó la ciudad de Pasto. Además por ser la primera catedral de Pasto, este templo está directamente vinculado con el inicio de la evangelización del sur y el comienzo de la República.

El acceso lateral hacia la carrera 25 y Parque de Nariño se constituye en un pórtico de estilo barroco español con una talla laboriosa en piedra "...su encanto reside en la sencillez de la arquitectura colonial de grandes superficies planas y blancas que contrastan con el color y textura de la piedra tallada y de la teja española..."

El templo de san Juan Bautista es la construcción más antigua dentro del marco de la Plaza Principal, incluso de la ciudad. Esta obra arquitectónica construida en el proceso de fundación de la ciudad de Pasto, constituye una de las edificaciones

más auténticas y representantes de la época colonial. Recibe el título de la Iglesia Matriz que le otorgaron los fundadores y el honorífico de Concatedral después de haber sido, la primera Catedral de Pasto. El 10 de abril de 1859, el Papa IX creó la Diócesis Pastopolitana o de San Juan Bautista y se estableció la sede de la Catedral en esta Iglesia: "Posee la gloria de haber sido la primera y por muchos años la única parroquia en los septentrionales confines de la poderosa dinastía Incaica.

En el año de 1667. Siendo víctima de pobreza, olvido y abandono, una antigua ermita construida en el mismo lugar que la actual, fue demolida para dar paso a la construcción de la nueva iglesia, la que hasta hoy existe. La primera iglesia parroquial de San Juan de Pasto ya cumple 338 años de existencia, aunque fue afectada terriblemente por los terremotos de 1580 y 1616.

El licenciado Antonio Ruiz lideró la construcción del nuevo templo que se hace en el mismo sitio. Se inauguró en 1669. Esta misma iglesia se remodeló por voluntad del Cabildo en 1829: el templo tuvo varias remodelaciones como la que realizó el Padre José María Chicaiza, quien construyó la torre en losa vidriada y consiguió el reloj traído de Suiza, con base en colectas, hacia 1856. Entre los años de 1934 y 1938 se realizó una nueva remodelación a cargo del Señor Luís López y en 1970 se realizó la última, presidida por el padre Jesús Villareal. San Juan Bautista es reconocida como la única reliquia religiosa Colonial de Pasto.

Respondiendo a la organización urbanista y económica de la época colonial en la cual fue concebida esta obra, se construyó con materiales rústicos de la región: bahareque y paja, luego tapia pisada y leja de barro cocido, aunque algunos de sus muros han sido remplazados por mampostería de ladrillo. A comienzos de siglo sufrió una serie de intervenciones orientadas por una actitud ecléctica.

IGLESIA DE LA MERCED

Es hecho cierto que sacerdotes de la orden de la Merced acompañaron a los conquistadores. Esta orden se estableció en Pasto antes de 1561, de ello no hay duda; aún se afirma documentalmente que se avicindaron en la villa en 1539 y que fue este el segundo convento que se construyó en Pasto, la edificación la efectuó Fray Tomás de Cuenca y el convento se llamó de San José. La primera Iglesia de la Merced debió ser, como la Iglesia Matriz, una choza de bahareque cubierta de paja, no se conoce documento al respecto. En 1562 se inició la construcción de una iglesia de magníficas características, con muros y arcos de cal y canto, se terminó en 1609.

El magnífico templo de la Merced sufrió muchos desperfectos con los temblores y terremotos que a lo largo de los años soportó la ciudad; los del 4 de abril de 1768

atribuidos al volcán Cotopaxi del Ecuador, rompieron dos de los arcos principales y desplomaron el famoso arte-sonado de madera ricamente dorada; los sismos de 1785 aumentaron los daños hasta temerse la ruina de tan valiosa fábrica.

Movimientos sísmicos posteriores aumentaron los daños que ya eran considerables y que no habían podido remediarse plenamente. Los fuertes temblores de 1822 tumbaron la suntuosa portada del templo y cayeron los leones de oro; el 20 de enero de 1834 un nuevo terremoto, mayor que los anteriores, dejó en ruinas la totalidad de la Iglesia y del convento, los sacerdotes se refugiaron en casas particulares.

La construcción del tercer templo, no fue de las dimensiones del anterior ni pudo dársele la magnificencia que tuvo el destruido; según las crónicas era de una nave y en lugar de ladrillo y cal se levantaron tapias de tierra apisonada; fue esa la iglesia que en 1839 dejaron los Mercedarios cuando se aplicó la ley que suprimió los conventos menores, existía ese templo en 1864, ese año los últimos sacerdotes de la Orden dejaron la ciudad definitivamente. Debe aclararse que esa tercera Iglesia fue muy bella, con una obra de madera tallada de magnífica calidad, su altar y arcosonados dorados, del púlpito se afirmó que “era una joya”.

TEMPLO DE SAN ANDRES

El templo de San Andrés se encuentra ubicado en uno de los sectores más tradicionales de la ciudad, conocido como Rumipamba, que en quichua significa “llanura de piedra”. Rumipamba ha sido escenario de importantes acontecimientos para la historia de Pasto, como la decapitación, en 1564, a manos de las autoridades españolas, del joven criollo Gonzalo Rodríguez quien, desde comienzos de la colonia, buscaba la independencia de este territorio. Este hecho le otorgó la categoría de “precursor de precursores”.

La orden de levantar una Ermita consagrada a San Andrés la hace el Cabildo de Pasto, luego de la erupción del volcán Galeras el 9 de diciembre de 1580. El 30 de abril de 1582 se inició con la construcción que estuvo a cargo del albañil español Iñigo de Erazo, se concluyó en 1591. Era ermita porque estaba situada en despoblado, no se había extendido hasta allá la ciudad. Cuando el paso de los años y los repetidos temblores dañaron esa pequeña capilla, se inició la construcción de la iglesia con mayores proporciones y ambicioso proyecto en 1850.

En 1938 el Padre Lidoro Santacruz M. Pbro. estaba empeñado en reconstruir el templo, tan vinculado a la historia de Pasto; sin embargo el actual templo de San Andrés, nombre también de la parroquia, fue levantado solo hasta el 4 de agosto del mismo año por monseñor Diego María Gómez, desde entonces, los diferentes

párrocos lo han embellecido y dotado. Su construcción no obedece a un estilo o modelo definido, aunque su aspecto externo se asemeja al estilo románico.

El templo cuenta con un retablo construido en dos cuerpos, que permite distinguir su homogénea distribución de cuatro pares de columnas dispuestas a lado y lado del nicho central, constituyéndose en el centro de interés, por cuanto en él se destaca la Dolorosa, centro de atracción en las procesiones de Semana Santa. Por su valor artístico esta imagen compensa la austeridad en la estructura arquitectónica.

TEMPLO DE SAN AGUSTIN

El 30 de abril de 1582 se inició la construcción de una ermita en honor de San Andrés en Inga Pamba: se concluyó en 1591. Era ermita porque estaba situada en despoblado, no se había extendido hasta allá la ciudad. Cuando el paso de los años y los repetidos temblores dañaron esa pequeña capilla, se inició la construcción de la iglesia con mayores proporciones y ambicioso proyecto.

Desde comienzos del siglo XIX se rinde culto en San Andrés a una bella imagen de la Dolorosa. Fue propiedad de don Francisco Delgado Rosero y su esposa doña Ignacia Narváez Zambrano, luego de sus hijos Basilio, Melchor y Tomás Delgado y Narváez; don Tomas testó el 29 de junio de 1806, en ese instrumento se lee:

“Declaro que la imagen de Nuestra Señora de los Dolores está dada con permiso de todos los coherederos a la Iglesia del Apóstol San Andrés, está entregada al Síndico Carlos Galves con toda la compostura que tenía como consta de su recibo”.

En 1938 el Padre Lidoro Santacruz M. Pbro. Estaba empeñado en reconstruir el templo, tan vinculado a la historia de Pasto; desde entonces, los diferentes párrocos lo han embellecido y dotado.

El templo de San Agustín es uno de los más antiguos de la ciudad y perteneció, hasta mediados del siglo XX, a los padres Agustinos que habían llegado a Pasto en 1585. El actual templo, con características coloniales en su aspecto exterior, fue levantado después del terremoto de 1834 cuando numerosas edificaciones religiosas fueron destruidas.

Su estilo del templo actual es románico con ciertas reminiscencias de otros templos agustinos que se hallan en otros sitios del país. En el altar o retablo mayor se encuentra una concha artística elaborada en madera, de la cual parece ascender la estatua de San Agustín, su frontis y torres, están hechas de cal y canto y ladrillo, tienen un marcado parecido con el templo de la Candelaria en Bogotá, regido por los padres Agustinos.

San Agustín alberga históricas imágenes propias de la Escuela Quiteña del siglo XVIII. Entre ellas, se destaca la del Señor de las Caídas, considerada una verdadera joya colonial, imagen que tiene como personaje principal a Jesús Nazareno cargando la cruz camino al Calvario, acompañado por esculturas de soldados romanos. La imagen es llevada por los Cargueros en sus hombros en las procesiones de martes y viernes Santo, su peso aproximado es de una tonelada.

TEMPLO DE SANTIAGO

El 13 de marzo de 1894 se comenzó la demolición del ruinoso templo de Santiago; el 20 del mismo mes y año se colocó la piedra angular del nuevo y el primero de octubre de 1897, Fray Ezequiel Moreno Díaz, Obispo de Pasto, le inauguró solemnemente, con la rectoría espiritual de los capuchinos ecuatorianos, requeridos asiduamente y para quienes se construyó el amplio monasterio.

La ermita de Santiago se construyó en la penúltima década del siglo XVI, ya existía en 1586. Hacia 1665 se inició la reedificación de la ermita, en 1669 estaba por cubrirse. Los sismos que fueron frecuentes en Pasto averiaron fuertemente la construcción y en 1796 requirió importantes reparaciones, en algún documento de la época se afirma que estaba entonces en construcción una nueva ermita. La actual Iglesia de Santiago se empezó a edificar en 1895, antes de la llegada de los padres Capuchinos a Pasto; cuando esta comunidad se avecindó en la ciudad le fue entregada la iglesia desde entonces está a su cuidado.

La plaza de Santiago y su ermita fueron teatro el 24 de diciembre de 1822 de la última resistencia de los realistas de Pasto a las fuerzas republicanas que comandaba el General Antonio José de Sucre, en las casas cercanas se inició el vandálico asalto a las residencias y el asesinato indiscriminado de sus ocupantes.

La iglesia de Santiago Apóstol, desde el siglo XVII, se ha convertido en el lugar de peregrinación de centenares de pastusos, quienes acudían en el mes de Julio a celebrar con efusividad la fiesta de Santiago apóstol, evento que era animado con corrida de toros y juegos de caña. Convirtiéndose esta práctica, en parte de un sistema simbólico en el que el español aseguraba el mantenimiento del orden sobre el nativo Quillacinga.

La antigua Ermita que dio paso a la construcción de la iglesia de Santiago, tenía como función evangelizar a la población nativa, a través de su modesta construcción, que generalmente era pequeña y no solía tener un culto permanente, porque el recinto era utilizado solo los domingos para efectuar el adoctrinamiento de los nativos, a través de las misas dominicales, enseñando a la población nativa los misterios de la biblia y la lengua española.

Santiago representa a una de las tres deidades veneradas en san Juan de Pasto, que según tradición oral nos muestra:

“Se nos dice que cierto día pasaban por Pasto con destino al norte tres mulas con sus guacales, cuando de pronto una de las bestias cayó al suelo, no habiendo poder humano para poderla levantar. Lo interpretaron como un aviso del cielo que deseaba que tan misteriosa carga se quede allí. Avanzaron un poco más y lo mismo pasó con la segunda carga y más adelante lo mismo con la tercera. Abierto los cajones encontraron que el primero contenía una imagen del apóstol Santiago, el segundo la imagen de nuestra señora de las Mercedes y el último la imagen del mártir San Sebastián...”

La construcción de la ermita data de 1.560, año en el cual la villa de Pasto empezaba a nacer, manteniendo un sin número de colonos españoles que venían a apaciguar al gran Valle de Atríz y a los sectores que rodean al gran Rio Caliente o Rio Patía.

El sector durante la colonia sirvió como tejar; espacio utilizado por los colonos para la realización del adobe, ladrillo y teja, indispensables en la naciente villa, siendo estas tierras de bien común e inalienables. Aquí el capitán Pedro de Ahumada fue quien decidió su distribución y función.

Por esta calle bajaba un arroyo que nacía de la Quebrada de Caracha, que al pasar por la ermita de Santiago a través de la Calle del Regadío pasó a llamarse Arroyo de Santiago.

TEMPLO DE SAN FELIPE NERI

“La historia de este templo, se remonta a 1.828, cuando el padre Francisco de la Villota y Barrera, ilustre fundador de la congregación del oratorio de San Felipe Neri, inicio la construcción de la capilla en honor a la imagen de Jesús del Río.

En diciembre de 1.869 se inició su construcción y fue terminado en enero de 1.903. Desde 1.904 el templo pertenece a la comunidad de los padres del Oratorio de San Felipe Neri. El templo de estilo renacentista, cuenta en las naves laterales con una serie de altares y hermosas imágenes que conservan el esmero de las figuras de la talla en madera propia de la artesanía Nariñense. “Así mismo, se destaca un hermoso retablo central de 22 metros de altura, de estilo gótico, obra del ebanista Adolfo Esparza, quien se basó en el diseño del padre Juan Bautista Buchely Buchely, hábil arquitecto, quien fue director de la obra.

La imagen que se venera en el retablo principal, representa a Jesús Nazareno con la cruz a cuestas. Esta pintura es atribuida al padre Santiago Rodríguez del Padrón, quien logró con su obra, despertar respeto y admiración. El 22 de Agosto de 1.847,

un incendio consumió el Templo de Jesús del Río, dañando su imagen. El hermano José Díaz, la restauró y es la que se encuentra hoy en el templo. El pulpito de estilo gótico, está sostenido por una columna a manera de capitel, que armoniza visiblemente con el altar mayor. En cada columna se encuentran pinturas al fresco.

El templo posee un órgano de nueve metros de altura, traído de París, por el acaudalado pastuso Felipe Díaz Erazo. Después de muchas dificultades en el viaje, llegó a Pasto por Barbacoas a finales de 1.903. En su fachada sobresalen la elegancia de sus formas arquitectónicas, sus cúpulas y torreones con cupulillas que se aprecian desde varios puntos de la ciudad.

TEMPLO DE CRISTO REY

La historia de la Iglesia de Cristo Rey se da con la llegada de la congregación de los hermanos dominicos que arribó a la ciudad de San Juan de Pasto, en el año de 1.572, con el nombre de comunidad religiosa de Santo Toribio.

Santo Toribio fue uno de los santos escogido por el cabildo de la ciudad, como abogado contra la peste, que en ocasiones atacaba a la comunidad por el mal manejo de las acequias y las aguas residuales. Hacia el año de 1838 el convento de Santo Domingo solo laboraba con cuatro sacerdotes, los cuales no seguían las reglas de sus hábitos, ni sus obligaciones como ministros del señor en la realización de las misas dominicales. Esto conllevó a que el gobierno de José

Ignacio de Márquez sancionara una ley que ordenaba suprimir los conventos que albergaran a menos de ocho religiosos. Drástica medida que llevó a que las comunidades religiosas declararan la denominada Guerra de los Supremos o Guerra de los Conventos, que fue el primer conflicto civil que se produjo en la Colombia independiente. La guerra duró tres años (1.839-1.842), ya que durante dicha rebelión iniciada por líderes religiosos fue aprovechada por los caudillos del sur, conocidos como los Supremos, que buscaban hacer oposición al gobierno de Márquez.

Cristo Rey constituye una de las obras más relevantes de la arquitectura religiosa. Acerca del templo y su arquitectura dice el doctor Guillermo Edmundo Chaves: "Muchos elogios suscita este templo que marca una nueva meta de superación en nuestras expresiones de arte. Su estilo se separó de las líneas usuales del románico, para idear el despliegue de una original estructura románica moderna, de finas columnas y amplísimos arcos, que permiten apreciar de cualquier parte el conjunto maravilloso.

TEMPLO DE SAN SEBASTIAN

En el siglo XVIII se inició la obra de una capilla en su honor, se concluyó en 1790 y se pasó a ella el devoto lienzo de la Virgen del Rosario de la Panadería. El templo de la parroquia de la panadería se denominan oficialmente San Sebastián, nombre de una iglesia dos veces centenaria que se demolió para dar paso a la avenida San Sebastián hoy Santander.

El paso del tiempo y las tantas veces nombrados sismos que han sido una amenaza para Pasto desde su fundación, obligaron a los devotos a pensar en construir una iglesia con mejores características que la primitiva, inició la obra del actual templo el Presbítero Marco Tulio Dorado en 1936.

En el interior del templo de La Panadería se levanta un retablo de características góticas postmodernas, dinamizadas por formas ojivales que ostenta la ornamentación del complejo armazón dorado. Este retablo fue elaborado por el señor Lucindo Espinosa. Los nichos se enmarcan por ojivas ornamentadas con tallas y calados típicos del gótico posmodernista.

CATEDRAL DE PASTO

En tiempos pasados, este lugar estuvo ocupado por la Capilla de San Francisco de Asís, destruida después de la profanación y saqueo que sufrió la ciudad durante los incidentes del 24 de diciembre de 1822.

Los Franciscanos salieron de Pasto cuando la supresión de los conventos menores ordenada por el Congreso de 1839 y nunca regresaron, la Iglesia de San Francisco se deterioró desde entonces y poco antes de terminar el siglo XIX fue derruida; en su lugar se levantó suntuoso templo que se inició el 25 de octubre de 1899 con la bendición de la primera piedra por el Obispo de Pasto San Ezequiel Moreno Díaz y el 1 de enero de 1920 fue consagrada e inaugurada como la catedral de Pasto por Monseñor Antonio María Pueyo de Val. El Templo del Sagrado Corazón de Jesús o de San Francisco, fue erigida sede episcopal de Pasto el 5 de agosto de 1920; no se la llamó nunca por su verdadero nombre, se la dijo la Catedral Nueva y los pastusos de la vieja guardia por el culto al viejo pasado, la llamaron siempre de San Francisco.

Su fachada se hizo a imagen y semejanza a las basílicas romanas, con estilo dórico en el exterior y corintio en su interior, manteniendo algunas reliquias religiosas que sobreviven a los actos cometidos en la navidad negra: "...Las únicas reliquias que

se conservan desde la época del templo de San Francisco, son: la talla de Jesús crucificado, que hoy hace parte del santo sepulcro; un cuadro de san José, recordando la huida de la sagrada familia a Egipto; una gran cruz de madera usada en la ceremonia del descendimiento el día viernes santo y la imagen de san Francisco de Asís.”

La Catedral fue levantada siguiendo los parámetros arquitectónicos clásicos: por el exterior dórico, para indicar su solidez y por el interior corintio, para comunicar su hermosura. El templo consta de cuatro amplias naves y de una fachada principal de especial simetría y elegante estructura. Por ello, quien por primera vez entra a visitar a Jesús Sacramentado tiene la impresión de estar bajo las bóvedas de una grandiosa basílica romana.

El arte Nariñense se hace presente en el templo catedralicio con óleos de los maestros Isaac Santacruz y Miguel Astorquiza; así mismo el artista José León Erazo decoró la nave central, el artista Alfonso Chaves tuvo en sus manos el trabajo de dorar el retablo del presbiterio, los altares de la capilla de San José y San Francisco, el ábside de la capilla del Santísimo y los arcos de la nave central. Por su parte, el maestro Efraín Burbano fundió la campana mayor del templo, cuyo peso es de 90 arrobas. Las únicas reliquias que se conservan desde la época del templo de San Francisco son: la talla de Jesús Crucificado, que hoy hace parte de la capilla del Santo Sepulcro; un cuadro de San José, recordando la huida de la Sagrada Familia a Egipto; una gran cruz de madera, usada en la ceremonia del descendimiento el día Viernes Santo y la imagen de San Francisco de Asís.

REFERENTES PROYECTUALES

Proyecto de recuperación patrimonial de la AECID premiado en la XI Biental Internacional de Arquitectura de Santo Domingo

Este proyecto destaca la importancia del valor patrimonial e histórico donde la propuesta general es un planteamiento en conjunto del monumento histórico y su entorno. Se plantean varias alternativas de usos múltiples para los espacios de revitalización del barrio santa Bárbara categorizado como “Diseño urbano-proyecto.

A través del programa patrimonio para el desarrollo, se aborda La iniciativa de mejorar las condiciones de vida de los habitantes de esta área degradada de la ciudad colonial mediante una intervención integral que combina la recuperación urbana con el fortalecimiento social y la dinamización económica. Se estructura en cuatro ámbitos de intervención: mejora de las condiciones higiénico-sanitarias, recuperación de espacios públicos y enclaves patrimoniales, mejora de las

condiciones de habitabilidad y fortalecimiento de la actividad comercial y de servicios del barrio.

MARAVILLAS DE COLOMBIA – IGLESIA DE LAS LAJAS

“Maravillas de Colombia es una serie co-producida por Discovery Channel, Señal Colombia y Lulo Films, en la que nuestro equipo tuvo el honor de explorar la historia y los retos arquitectónicos detrás de las siguientes construcciones: la Catedral de Sal de Zipaquirá, el Castillo de San Felipe de Cartagena, el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas de Ipiales y la Biblioteca España de Medellín.

En el sur de Colombia se encuentra el Santuario de Nuestra Señora de las Lajas, situado en el cañón del río Guátara, en Ipiales, cerca de la frontera con Ecuador. Este santuario es una de las más importantes obras arquitectónicas de Colombia.

Se dice que es un templo construido en el aire, lo que es en parte cierto ya que el santuario no tiene ninguna cimentación. También se narra que el santuario tuvo cuatro versiones durante su construcción desde 1754 hasta hoy; estas cuatro versiones están contenidas una dentro de otra en el actual templo.”

ZARA EN SALAMANCA DE LA MARCA INTERNACIONAL AL HISTORICISMO LOCAL

Es conocido que Zara suele buscar para la ubicación de sus tiendas lugares o edificios emblemáticos de las ciudades donde se implanta. Esta política de recuperación de inmuebles gracias a este grupo textil se puede ver en todo el mundo con casos como el Zara de Poitiers en Francia, el de Elche en el antiguo cine Capitolio, el de Cartagena, el de la Gran Vía madrileña, el del Mercado de San Martín de San Sebastián o del impresionante Palazzo Bocconi en Italia.

En el caso salmantino, Zara se ubica en el antiguo convento franciscano de San Antonio el Real, construido en 1745 por Fr. Francisco de la Visitación y declarado Bien de Interés Cultural en 1997. Construcción que en el siglo XIX había sido usado como edificio de viviendas y cuyos bajos en el siglo XX se destinaron a oficina bancaria. Rehabilitación que denota la importancia que para el comercio tiene el turismo, pues si el local donde se ubica un establecimiento forma parte del patrimonio cultural de la ciudad, la visita es entonces de obligado cumplimiento y se amplía el perfil de visitantes de la tienda.

PATRIMONIO JOVEN Y 5° FORO JUVENIL DEL PATRIMONIO (ESPAÑA)

Durante diez días, del 9 al 19 de junio, en las localidades españolas de Alcalá de Henares y Lorca, 32 chicos y chicas de todos los puntos del planeta y con el castellano como idioma de trabajo, convivirán y se divertirán mientras trabajan por la conservación del Patrimonio, aprendiendo a respetarlo, cuidarlo y conservarlo

“El Programa Patrimonio Joven tiene como base la hipótesis de que la educación, y en específico, el trabajo con niños y jóvenes, es una herramienta fundamental para la conservación y protección del Patrimonio. Busca, trabajando directamente con los jóvenes, lograr involucrar indirectamente a la mayor cantidad de población posible. Se busca hacer hincapié en que la comunicación y difusión puede utilizarse como una herramienta de conservación del patrimonio.

Todos los materiales didácticos producidos en el Programa Patrimonio Joven, son generados por los propios jóvenes durante encuentros o talleres que se realizan con ellos. Trabajamos con educación patrimonial, pero utilizando materiales hechos por jóvenes para jóvenes.”

INTERPRETAR

RECOLECCIÓN DE DATOS // ENCUESTA A CIUDADANOS

En el proceso de recolección de información que permita crear una estrategia de comunicación hacia el rescate del patrimonio arquitectónico de la ciudad de Pasto uno de los métodos usados fue el de la encuesta (ver anexos) aplicada a los ciudadanos y turistas que visitaron la capital nariñense. En los parámetros para su aplicación se tuvo en cuenta a las personas mayores de 15 años a quienes se les pidió información sobre lo que conoce, lo que percibe, lo que opina, sus sugerencias y la actitud o postura frente al tema de conservar y proteger el patrimonio arquitectónico que representan las iglesias y que convierten a la ciudad de Pasto en una ciudad religiosa. Se abarcó también a un público conocedor del tema como son los arquitectos, teólogos, sociólogos, historiadores, antropólogos que aporten en la construcción de conocimientos.

La aplicación de las encuestas se realizó en espacios cercanos a las iglesias más importantes de la ciudad y que se encuentren en el centro histórico, poder persuadir a las personas sobre el papel que tienen las iglesias en la forma en que se convierten en un punto de referencia para la ubicación en la ciudad, importancia de estilo arquitectónico y la historia que tiene cada instalación.

El Diseño del instrumento, fue un cuestionario a utilizar; que permitió responder a la preguntas planteadas y siendo cerradas se utilizó un lenguaje claro, sencillo y directo, además de tener interrelación que permita un análisis más profundo. Para la ejecución del instrumento de recolección como encuestadores se tomó una actitud de credibilidad y habilidad para realizar las encuestas.

Muestra

Para determinar el número de encuestados se tomaron los valores que se encuentran en el archivo de “proyecciones de población 2005-2011 sexo y grupos de edad – Pasto” en la página de la alcaldía municipal de Pasto, para ello se escogió un rango de edad entre los 15 y 29 años de edad con un nivel de confianza del 75% y un porcentaje de error del 5%. Así entonces:

$N=112.660$ habitantes entre 15 y 29 años

$d = 5\% = 0.05$

$Z = 75\% = 1.15\%$

$$n = \frac{N \cdot o^2 \cdot Z^2}{(N-1) \cdot d^2 + o^2 \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{112600 \cdot 0.25^2 \cdot 1.3^2}{112599 \cdot 0.0025^2 + 0.25^2 \cdot 1.3^2}$$

$$n = 36595$$

$$281.81$$

$$n = 129.85$$

Con un nivel de confianza del 75% y 4% de error la muestra da como resultado 206. Debido a la capacidad limitada para entrevistar la muestra del público objetivo se realizaron un total de 100 encuestas dentro del rango de edad establecido.

DIARIO DE CAMPO

Con el fin de recoger información y saber de manera aproximada cual es el conocimiento de las personas acerca de lo que opinan acerca de las condiciones del patrimonio arquitectónico religioso de la ciudad de Pasto. Para ello se realizaron encuestas a personas entre edades de 15 a 29 años de edad en diferentes sectores de la ciudad, ubicándome en las iglesias del centro histórico de la ciudad, se encontraron ciertas características en las personas de acuerdo a su comportamiento para realizar la encuesta, los estudiantes por su parte realizaron las encuestas sin presentar inconvenientes, sus respuestas eran rápidas, se destaca que las mujeres se muestran más receptivas a realizar las encuestas, en cambio muchos hombres en especial los mayores a 24 años debatían la pregunta dando una opinión extendida. Igualmente se realizó un 40% aproximadamente de encuestas a través de internet a personas de la ciudad de Pasto.

En los diferentes lugares donde se desarrollaron las encuestas se despertó el interés en las personas por el carácter de rescatar e interactuar con un proyecto de preservación del patrimonio religioso de la Pasto.

RESULTADOS ENCUESTA

De acuerdo al análisis realizado de las encuestas podemos concluir que al ver que las personas consideran que el patrimonio arquitectónico religioso de la ciudad no se encuentra en buenas condiciones es necesario tomar acciones de información,

concienciación y preservación del patrimonio por parte de los ciudadanos, al observar que un 58% de los encuestados piensan que el estado de las construcciones se debe a falta de un organismo o entidad encargada, es un objetivo el hacer que instituciones que se encargan del promover y cuidar de estas edificaciones sean más visibles para la ciudadana, invitando a involucrarse y a participar en el proceso de conservación, estos puntos indican que es necesario crear una campaña de comunicación coordinada con diferentes entidades y a través de diferentes medios.

A pesar de que existe poca diferencia en la gente entre si conoce o no relatos urbanos, permite pensar que en el proceso es necesario plantear ideas de interacción con las personas para compartir el conocimiento que tienen a través de piezas donde el usuario recrea y genera espacios de nuevas interpretaciones de la ciudad.

Lo mismo ocurre en el caso de si tienen conocimiento acerca de los datos de construcción e historia de las iglesias pero es necesario en este punto que tenga un enfoque más educativo y documentado científicamente, esto se puede obtener creando piezas animadas y que se puedan manejar en diferentes plataformas de información, sean digitales o análogas.

En el punto N°5 tiene relación con la segunda pregunta e indica gestionar el trabajo entre las diferentes entidades para que hagan más visible el trabajo que llevan en relación de conservar y proteger la arquitectura religiosa de la ciudad, invitando igualmente a involucrarse en estos procesos y que conozcan la importancia que implica el cuidar estos elementos como patrimonio a través del tiempo.

Al tener un buen indicador para el desarrollo del proyecto, donde las personas respondieron que si participarían o tendrían interacción con un proyecto enfocado a la preservación del patrimonio arquitectónico religioso de la ciudad, el desarrollo de piezas interactivas toma importancia para informar y hacer conocer la historia, las características de las construcciones, tanto de manera informativa así como también constructiva desde el punto de la participación ciudadana.

Al saber que el valor histórico de una construcción es el índice principal que tienen en cuenta las personas, indica desarrollar el trabajo de las piezas enfocado a la historia de las construcciones y de los acontecimientos que las rodean, utilizar herramientas como la fotografía, los vídeos, audio, etc. de fácil acceso y de contenido que pueda ser interpretado por un amplio público, abarcando también a los turistas.

De los resultados obtenidos sobre el uso del tiempo libre de las personas el leer y el escuchar música como las actividades que más puntaje obtuvieron, podremos tener en cuenta en la organización de las piezas puedan integrarse en estas

actividades, buscando por ejemplo lugares que inviten al usuario aprender de una manera agradable, inclusive sin recurrir al visitar directamente las construcciones o iglesias... sino que este sea una decisión autónoma de las personas.

CONCEPTOS

ARQUITECTURA: arte de proyectar y construir edificios.

Civil: arte de construir edificios y monumentos públicos y particulares no religiosos.

Religiosa: arte de construir templos, monasterios, sepulcros y otras.

PATRIMONIO: hacienda que alguien ha heredado de sus ascendientes.

Conjunto de los bienes propios adquiridos por cualquier título.

TRADICIÓN: transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, etc., hecha de generación en generación.

HISTORIA: narración y exposición de los acontecimientos pasados y dignos de memoria, sean públicos o privados.

CULTURA: conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

TECNOLOGÍA: conjunto de teorías y de técnicas que permiten el aprovechamiento práctico del conocimiento científico.

COMUNICACIÓN: transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

IGLESIA: conjunto del clero y pueblo de un país donde el cristianismo tiene adeptos.

HERENCIA: rasgos o circunstancias de índole cultural, social, económica, etc., que influyen en un momento histórico procedentes de otros momentos anteriores.

PRESERVAR: proteger, resguardar anticipadamente a una persona, animal o cosa, de algún daño o peligro.

DIFUSIÓN: extensión, dilatación viciosa en lo hablado o escrito.

STAKEHOLDERS

EXTERNOS

Devotos

No devotos

Arquitectos

Alcaldía Municipal

Profesores

Comerciantes

Historiadores

Oficina de turismo

Teatros

Turistas

Sociólogos

INTERNOS

Iglesia

Cura

Vigilancia

Servicios generales

MAPAS DE EMPATIA

Que oyen?

No hay visibilidad de los proyectos que impulsen el cuidado de la ciudad

Que piensan?

Creación de espacios artísticos y culturales para impulsar el sentido de pertenencia e identidad con la ciudad. Tener una visión multidisciplinaria con aportes que impulsen para lograr un ciudad reconocida a través de su historia y cultural

Resultados

Proyectos culturales que se suman de poco a poco.



Jaime Bernal

ESPACIO PÚBLICO

Esfuerzos

Invitar al ciudadano a reconocer la ciudad para cuidarla y preservarla. Educar para educar.

Trabajan en la pedagogía infantil y tartamudear la ciudad para reconocer su historia

Que ven?

Miran personas ven a la ciudad como si no fuera es de ellos, no miran a la ciudad con un lugar de habitar. El problema de los indigentes están encargados con bienestar social

Que dicen y hacen?

Oficina creada a partir del diciembre del 2006

Trabajo multidisciplinario con Practicantes de las universidades (sociólogos arquitectos trabajadores sociales)

Que oyen?

No hay un desarrollo gubernamental por impulsar al patrimonio de la ciudad como potencial turístico.

Que piensan?

El patrimonio republicano se esta perdiendo en muchas ciudades de Colombia y en pasto hay que ayudar para frenar el deterioro de las construcciones religiosas y coloniales, las otras ciudades de Colombia ya están conservando y aprovechando los centros históricos.

El templo y la iglesia son términos completamente distintos unidos a través de la expresión de fe de un pueblo y adherida a la expresión artística y cultural del momento tomada por la fe.



Rector
I.U. Cesmag Padre Rafael
Gutierrez

Esfuerzos

Pasto se esta quedando en aprovechar el patrimonio arquitectónico como recurso para potencializar la cultura y el turismo

Resultados

La memoria permite valorar y conservar la historia, es necesaria para el progreso de una ciudad que camina.

Que ven?

Pasto tiene una gran expresión de arte y de construcciones ostentosas que reflejan una historia y características arquitectónicas propias de una época y de un estilo de construcción

Que dicen y hacen?

Pasto es una de las ciudades de Colombia donde por sus características se destaca por ser fuentes de información e interés cultural respecto a el comportamiento de las iglesias en otras ciudades.

Trabajo en conjunto con la fundación mundo espiral para crear proyectos de inclusión cultural

Que ven?

Concepto de modernización subrayado y entre comillas

Investigación de patrimonio arquitectónico del conjunto de la merced

Los centros históricos de ciudades internacionales tienen gran importancia y aumentar su valor comercial en un contexto turístico

Que piensan?

Templos fuera del centro histórico también no tienen un gran reconocimiento por parte de la ciudadanía

La gente no ha mirado las "plusvalía" de patrimonio arquitectónico inmueble dentro de su economía

La memoria y la cultura no han sido consideradas para preservar y conservar



Fondo mixto de cultura
Juan Carlos Santacruz

Esfuerzos

Discusión de modernidad y progreso es muy debatido en la ciudad en cuanto a preservar las construcciones históricas

Ver que están planteando en el POT y planeación municipal

Que dicen y hacen?

Apoyan investigaciones de tipo cultural y social

Se han realizado avances en cuestiones políticas pero no hay una ejecución adecuada de las

Que oyen?

Que no hay una entidad encargada en el cuidado del patrimonio

No hay interés del gobierno por recuperar estos espacios físicos y culturales

No se ha iniciado un proceso de reconocimiento, valoración y protección del patrimonio

Resultados

Fortalecer la memoria, lo que tenemos, el patrimonio y tener en cuenta lo dinámico del cambio

Hacer que los proyectos de las instituciones se visibilicen y lleguen de manera más eficiente a la ciudadanía

Turistas



Bogotá // Cali

Que oyen?

La ciudad se encuentra en cambios de infraestructura y movilidad.

Que piensan?

Congestión de la movilidad en la ciudad.

La gente es amable, se sienten acogidos.

Miran que la ciudad está progresando.

Resultados

Miran la diversidad de las iglesias como una característica positiva de la ciudad

Que ven?

Consideran que el estado de las construcciones religiosas tienen un buen estado

No miran propaganda o promoción de turismo de Nariño en otras zonas de Colombia

Que dicen y hacen?

Buscan más información de la zona y de los lugares que visitan que sirvan como recuerdo y de paso que sirva como material para mostrar a familiares y conocidos

Esfuerzos

No encuentran un punto de información clave que guíe al turista para ver los lugares de interés de la ciudad.

No hay una muestra de la cultura fuerte que identifique a la ciudad.

👂 Que oyen?

Se ah perdido el gusto de recorrer las calles.

Al turista le gusta la historia pero no quiere que sea abrumadora y aburrida busca pequeños acontecimiento de impacto

💡 Que piensan?

Generar turismo solidario para impulsar la economía local y regional del lugar que se visita.

Enseñar a disfrutar el camino..

Integración de servicios como hoteles, restaurantes, entidades culturales que permiten potencializar el comercio y la cultura.

Las nuevas tecnologías han invadido la atención de las personas de manera negativa



👥 Esfuerzos

Recorrer nuestras tierra y conocerla... Para poderla valorar.... Generar un turismo solidario.

No hay mucho turismo por falta de organización y hacer visibilizar a pasto como la ciudad teológica de Colombia

📄 Resultados

Recorrer nuestras tierra y conocerla... Para poderla valorar.... Generar un turismo solidario -->nariñenses viajando por Nariño

Aprovechar los nuevos espacios digitales para sensibilizar a las personas

🗨️ Que dicen y hacen?

Más de 20 años trabajando como guía turística de Nariño de manera empírica

Realiza visitas a varias zonas de Nariño (lagunas, volcanes, pueblos... Etc)

Una de las pocas agencias que promociona lugares de Nariño por encima de lugares extranjeros

👁️ Que ven?

Hay ya muy poco de la arquitectura colonial y el patrimonio se ah combinado con la arquitectura republicana y da paso a la modernización

Mira una destrucción de una ciudad de historia y el tesoro arquitectónico que tiene.

Aumento de problemas de movilidad

👂 Que oyen?

Los temas de conversación se relacionan con aspectos económicos, tecnológicos, olvidando temas de interés cultural y artístico

👁️ Que ven?

Sociedad de consumo basada en competencia capitalista

👥 Esfuerzos

No hay reconocimiento del lugar por falta de estrategias de comunicación



Comerciante Café San Juan

📄 Resultados

Crear espacio de tertulia en un ambiente colonial de la ciudad.

🗨️ Que dicen y hacen?

Asociado del café San Juan Anexo a la iglesia de la catedral del pasto

Buscan crear un ambiente de charla y entretenimiento con un café restaurante de estilo colonial histórico

💡 Que piensan?

Es importante reconocer el valor de las construcciones arquitectónicas religiosas sin mezclar es aspecto católico de la misma

Que ven?

Hay muy poca gente interesada e involucrada en conservar los templos de las iglesias

Que piensan?

Los templos son de las expresiones culturales y artísticas más representativas de la ciudad, es necesario impulsar el reconocimiento de las mismas

Que oyen?

La gente ha perdido el conocimiento de lo que hay presente en las iglesias.



Devoto



Esfuerzos

Adaptarse e involucrarse con los nuevos movimientos culturales que existen entre los jóvenes, integrarlos a través de expresiones culturales.

Que dicen y hacen?

Por parte de la gente católica tradicional hay respeto y devoción hacia los templos como iconos representativos de San Juan de Pasto.

Músicos dedicados a expresiones religiosas involucrados con la comunidad.

Resultados

Las iglesias tienen ese potencial de ser museos de historia, arte y cultura. Talleres y capacitación a jóvenes tanto en la historia como en la religión.

Que oyen?

La gente opina que entre más desarrollo hay una mejor ciudad despreciando el valor de las construcciones que tienen historia.



Movimiento Teatral Caminantes

Que dicen y hacen?

Creadores de rutas de leyenda para contar a través del teatro y recuperar la historia que la ciudad tiene.

Red internacional de mediadores patrimoniales para generar unidades educativas.

Reflexión personal "las iglesias han sido para mí cuando pequeño castillos que se elevaban en el valle del volcán"

Esfuerzos

Hay que hacer conciencia de pensar las ciudades de construir y revivir la ciudadana.

Se está perdiendo lo que es una herencia y patrimonio de la ciudad.

Resultados

Procesos: conocer valorar y proteger
Conocer: dar sentido de las cosas para valorarlas
Valorarlas permiten dar pasos e iniciativas para protegerlas

Que ven?

Mirando que mucha gente no conocen las iglesias de la ciudad.

Existen patrimonios anónimos en la ciudad

Que piensan?

Hablar de historia es un proceso difícil.

Las políticas de desarrollo se están acabando aparte de la forma física también lo hace con la memoria

La nueva arquitectura no está pensada en lo habitable se ha convertido en prisión del descanso laboral del diario vivir

Que ven?

Los templos presentan problemas de invasión de indigentes y la misma comunidad ayuda a que el problema continúe.

Que piensan?

Pasto a pasado de un sentir vivir la ciudad a una necesidad laboral

Se necesitan mas apoyo e impulso de la comunidad para proteger el patrimonio arquitectónico religioso

Buscar mas apoyo y reconocimiento de la semana santa en pasto.



Sacristán
Francisco Javier Benavides

Esfuerzos

Educar a los padres para reconocer la ciudad y lo que hay en sus templos.

Agregar al pensum educativo en colegios para promover y valorar el patrimonio cultural e inmueble de la

Resultados

Hay bastante concurrencia de turistas y lo consideran como uno de los templos mas bonitos de la ciudad (Templo de San Juan)

Que oyen?

La gente ah perdido el conocimiento de lo que hay presente en las iglesias.

Que dicen y hacen?

La estado no tiene relación con la iglesias para conservar las construcciones como patrimonio de la ciudadana

La ciudadanía también no se encuentra vinculada para valorar y preservar las construcciones

Que ven?

A pesar de tener la libertad de expresiones y manifestaciones buscan evitar el maltrato de construcciones históricas por parte de estudiantes y vándalos

La gente no ve los esfuerzos de las entidades.

Que oyen?

Poco interés de los entidades por conservar espacios.

Esfuerzos

Mejorar la cultura ciudadana. Buscar una educación para todas las personas.

Que exista una integración multidisciplinaria de esfuerzos



Policía de turismo
Agente Gladys Castro

Resultados

Sensibilización a la gente joven sobre el cuidado del patrimonio. Acompañamiento y guía para turistas en la ciudad

Que piensan?

Evitar generar el mal aspecto para personas extranjeras

Buscar un trabajo de entidades integral para generar mayor impacto en las personas.

Recursos que provienen de la alcaldía y ministerio de cultura

Que dicen y hacen?

Brindan seguridad a templos y registran eventualidades

Trabajan la pedagogía en colegios a través de maletas didácticas para generar valoración de la ciudad

Trabajo en conjunto con espacio publico

Campañas dentro de la comunidad

Que oyen?

No hay interés del gobierno por recuperar estos espacios físicos y culturales

Que ven?

Falta de organización y apoyo tanto de políticas de conservación y participación de la ciudadanía

Esfuerzos

Falta de presupuestos y financiación en proyectos de carácter cultural



Secretario de cultura
Alvaro José Gomezjurado Garzón

Resultados

Participan en espacios de debate con el ministerio de cultura.

Interés de recuperar aspectos que involucren a diferentes comunidades

Que piensan?

Velar por la difusión del patrimonio cultural. Histórico artístico arquitectónico, etc.

Mayor participación ciudadana

Que dicen y hacen?

Trabaja en conjunto con el plan de ordenamiento territorial acatando las normas que permitan la conservación y progreso en el comercio de la ciudad

Financian un evento anual acerca del patrimonio cultural como es la semana del patrimonio culturales apropiación del espacio publico

Que ven?

En Pasto no hay conciencia ciudadana en cuidar el patrimonio con la equivocada concepción de que las antiguas construcciones no son rentables, reemplazándolas con nuevas construcciones.

La gente si valora estos espacios religiosos

Que oyen?

Falta de ejecución de normas y políticas de conservación del patrimonio arquitectónico.



Arquitecto
Holman Morales

Esfuerzos

Proyectar la ciudad con coherencia de conservar lo que aun tenemos

Resultados

La iglesias son las que por institución son las mas conservadas y representan a la ciudad como teológica

Que piensan?

El patrimonio republicano se esta perdiendo en muchas ciudades de Colombia y en pasto hay que ayudar para frenar el deterioro de las construcciones religiosas y coloniales, las otras ciudades de Colombia ya están conservando y aprovechando los centros históricos

Que dicen y hacen?

Mirar a las iglesias con ese potencial turístico integradas a redes de espacio público.

Proyectos de investigación sobre la arquitectura que presenta la ciudad de pasto y comparándola con otras urbes.

Que ven?

La preservación de las ciudades en Colombia es muy pobre... Hay puntos de referencia de ciudades internacionales que están trabajando en la conservación del patrimonio.

Evitar que la ciudad de pasto se convierta en una ciudad sin encanto.

Mira que los ciudadanos están trabajando en pro del desarrollo de la ciudad

Que piensan?

Ver que San Juan de Pasto es mas antigua que ciudades como Bogotá, Cali, Sao Paulo, Bueno Aires... Por que no ha tenido un progreso destacable?

El progreso de la ciudad puede ir ligada al cuidado del patrimonio

Aun estamos a tiempo de cuidar y preservar lo que aun tenemos



Mocan
Víctor Hugo Villacis Basante

Esfuerzos

Hacer visibilizar que necesitamos que los ciudadanos aporten al desarrollo de la misma

Esperar un gobierno mas activo y una ciudadanía mas exigente de la valoración del patrimonio

Resultados

Sensibilizar a jóvenes y hacer ver a Nariño con potencial en bruto por explorar y hacer que trabajen por la región. Permite generar una nueva cultura adaptada al dinamismo de la actualidad.

Que oyen?

La gente no esta informada sobre las historias de las iglesias.

En Nariño hay mucho por contar y vivir y la gente no lo aprovecha.

Que dicen y hacen?

25 Años – médico
Movimiento Cívico Alianza Nariñense
Regionalista
Investigador independiente

Conferensista de temas de patrimonio ancestral
Amante del arte ancestral y del barniz y de las técnicas ancestrales de creación

Defensor de la identidad pastusa y Nariñense

Que ven?

Centro histórico de quito declarado como patrimonio inmaterial de la humanidad. // Las iglesias están perdiendo el espacio y la caracterización histórica. // Estamos permitiendo perder construcciones de sentido histórico// Cada iglesia tiene una historia que contar y que nos permite entender quienes somos y lo estamos perdiendo.

Que oyen?

La invasión de las nuevas tecnologías de comunicación alejan al ciudadano a involucrarse en el sentido de preservar y conocer la ciudad.

Que dicen y hacen?

La preservación del patrimonio debería ser una obligación y acción del gobierno con sentido de sensibilización
Generar investigación critica y prepositiva en relación con el patrimonio de la ciudad y que se transforme en acciones



Javier Escritor Rodrizales

Que piensan?

La modernización amenaza en el aislamiento de las construcciones patrimoniales de las ciudad

La sociedad de consumo no miran estas construcciones como potenciales de desarrollo económico y turístico

Resultados

Han realizado preguntas a los candidatos sobre el porque esa modernizaron desequilibrada que afecta la historia y el patrimonio de la ciudad.

Esfuerzos

Dueño de la pagina cultural literaria xexus.----com

1ER TALLER DE IDEAS

Después de reconocer factores que identifican los stakeholders sobre las problemáticas que tienen las iglesias, el centro histórico y la ciudad en general se estructuran tres insights que son una visión interna de la problemática en este caso visto a través de los personajes que se involucran en la investigación y de las cuales se toman las que representan mayor relevancia e importancia para poder establecer un desafío. Los tres insight con los que se trabajan en esta primera etapa son:

- Cómo aprovechar ahora los espacios arquitectónicos antiguos para promover el comercio y la cultura.
- Cómo aprovechar los espacios arquitectónicos religiosos de la ciudad para promover el turismo en Pasto.
- Explotar los espacios tecnológicos para promover la cultura y ayudar a preservar la arquitectura de la ciudad.

Se realizó un taller con las propuestas generadas gracias las encuestas y entrevistas por lo cual de cada grupo se generó una estrategia de comunicación, fue un taller interdisciplinario conformado por 9 personas, entre ellas estudiantes de diseño gráfico, diseño industrial, un líder cívico, un estudiante de comunicación social y un representante de una agrupación teatral, el proceso llevado a cabo fue con una introducción al tema, la presentación de la temática, el debate de ideas y la presentación de las mismas a través de un prototipo con materiales lúdicos.

Cada equipo manejo una problemática de la cual debatían con sus ideas y pensamientos sobre cuál debería ser una solución adecuada y viable que permita enfocarse al objetivo de la presente investigación...

Se trabajaron con 3 ideas de enfoque:

1. Como aprovechar ahora los espacios arquitectónicos antiguos para promover el comercio y la cultura.
2. Como aprovechar los espacios arquitectónicos religiosos de la ciudad para promover el turismo en Pasto.
3. Explotar los espacios tecnológicos para promover la cultura y ayudar a preservar la arquitectura de la ciudad.



Ilustración 13 Diagrama Mercadotecnia



Ilustración 15 Diagrama Dispensadores



Ilustración 14 Diagrama Museos

INSIDE CARDS

Las inside-cards toman una segunda función en la etapa de ideación y posterior realización de un nuevo grupo de enfoque, pues se crean para establecer desde una percepción personal una documentación de los problemas que se encuentran visibles en la ciudad y otros que se detectan al realizar un recorrido por el centro histórico, compartiendo la experiencia con turistas y personas que viven en la ciudad pero que provienen de otros lugares y no han tenido u residencia prolongada en la ciudad. Las problemáticas que se determinaron en la ciudad fueron:



Ilustración 16 card: Iglesia

Ilustración 17 card: San Juan



Ilustración 18 card agencia



Ilustración 19 Card Nariño



Ilustración 20 card comercio



Ilustración 21 card recorridos



Ilustración 22 card Bombona



Ilustración 23 card restaurantes

2DO TALLER DE IDEAS

El objetivo de realizar dos grupos de enfoque es para identificar si las ideas planteadas por un grupo de específico de personas, se encuentra acorde con el grupo al cual se quiere llegar a atender e involucrar en el proyecto.

De los inside cards obtenidos a través de la observación se realiza el segundo taller de enfoque en el cual se reunieron personas que viven en la ciudad pero que provienen de otros lugares y no han tenido una residencia prolongada y a dos estudiantes de sociología como ayudantes y evaluadores del tema a tratar dentro de este grupo de personas para poder identificar significados e influencias culturales que permitan crear una solución colectiva de los problemas planteados, en total se reunieron 15 personas y se lleva el mismo proceso dando una introducción al tema, la presentación de la temática, la ideación de ideas y la presentación de las mismas a través de un prototipo con materiales lúdicos.

Diferente al grupo de enfoque 1, en este caso los grupos conformados realizan el debate y la exposición de ideas teniendo en cuenta cada inside card; Adicionalmente se aplica un ejercicio de cadáver exquisito el cual consiste en un juego de aportes secuenciales de acuerdo a cada contexto, el ejercicio se realizó con Skateholders como el clero, una agencia de turismo, colombianos que viven en el extranjero y comerciantes (restaurantes), a continuación se muestran los resultados obtenidos:

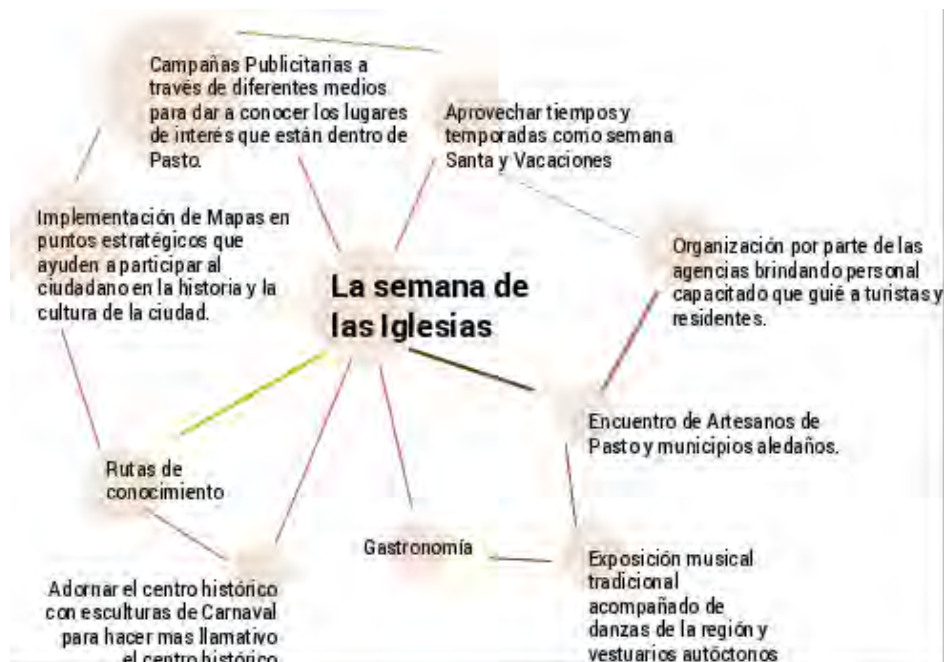


Ilustración 24 Diagrama Iglesias 2

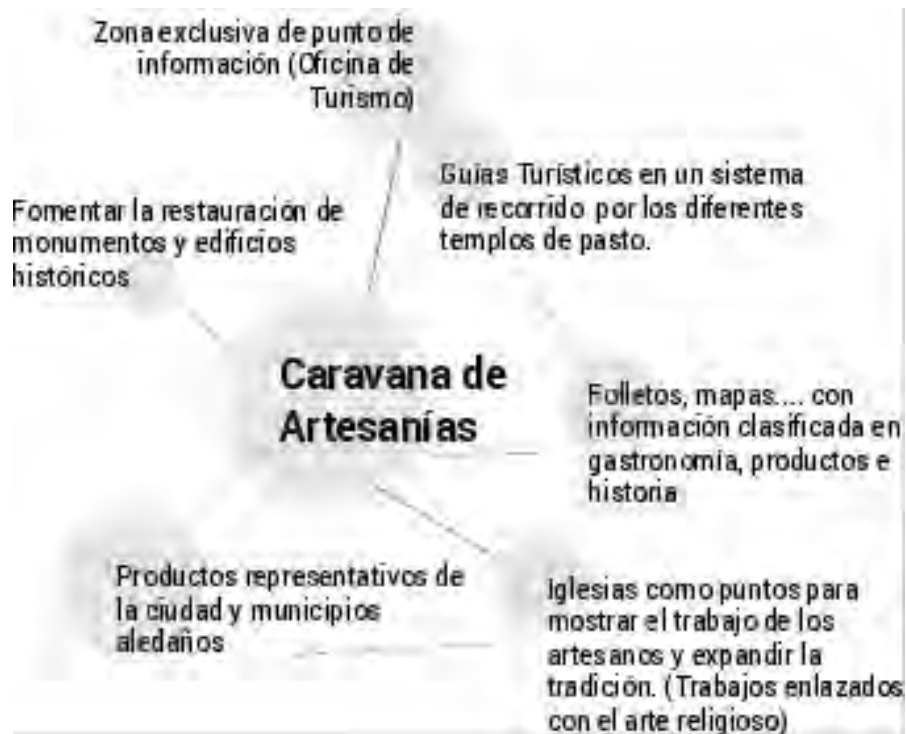


Ilustración 25 Diagrama Artesanías



Ilustración 26 Diagrama Historias



Ilustración 27 Diagrama Esencias



Ilustración 28 Diagrama Externos

PROTOTIPO Y EJECUCIÓN

Gracias a la participación y a la realización de los talleres de ideas se seleccionan las propuestas que se pueden ejecutar como primer modelo de acción y su respectivo testeo, teniendo un acercamiento al público objetivo y poder divisar el alcance y respuesta de las tareas ejecutadas, con ello poder realizar un diagnóstico que permita adaptar, mejorar y amplificar la estrategia de comunicación.

Estrategia de Comunicación Preservación del Patrimonio Cultural y Arquitectónico Religioso



Ilustración 29 Diagrama Estrategia

Estrategia de Comunicación

Teniendo en cuenta que Tapiz de Retazos ya ha trabajado como operador turístico, se proyecta un plan de acción enfocado a turistas para promover la arquitectura religiosa y las artesanías en la época de Carnavales de Negros y Blancos en el mes de Enero, para ello se plantea la ubicación de un puesto en el punto de información turística ubicada en la casa de Don Lorenzo para promover los paquetes turísticos

dentro y fuera de la ciudad donde se pueda lograr captar a los turistas y al público en general para poder realizar los recorridos.

Se piensa entonces que para el trayecto de los turistas se debe abarcar 4 iglesias que permitan realizar un recorrido a pie evitando que el cliente se agote en el transcurso de la ruta, para este caso se toman el siguiente orden: Iglesia de San Juan, La Catedral, Iglesia de San Andrés y por último la Iglesia de San Felipe, en cada una de ellas contar su historia, su estilo arquitectónico y la influencia que tuvo en la sociedad en el momento de su construcción, se invitara a explorar el templo en un lapso no mayor a 10 minutos y dentro del recorrido incluir un punto donde se pueda realizar una exposición artesanal indicando las técnicas de elaboración y el valor del producto al ser elaborado manualmente, igualmente ser una ventana para la venta de productos a propios y turistas. Se crearan módulos de exhibición que servirán tanto para la ubicación del operador turístico así como también para la exposición de productos de los artesanos.

DISEÑO DE STAND

En apoyo, asesoría y colaboración con Miguel Muñoz, Diseñador industrial se diseñan y se elabora un stand para la exposición de Artesanos como apoyo a los recorridos que se realicen con los turistas.

Se elaboraron 4 módulos en mdf de 15 mm para proporcionar la mejor resistencia al crearlos, se aplica un diseño impreso acorde a la nueva identidad corporativa, tienen una altura de 92 cm y 32 cm de ancho, su diseño permite modularse y adaptarse a diferentes espacios.



Ilustración 30 Diseño Stand

EJECUCIÓN

Para la ejecución de la estrategia planteada, se propuso realizar promoción virtual a través de redes sociales y ubicarnos en el punto de información turística en la plaza de Nariño para recibir y ofertar los paquetes que se manejarían en la época de carnaval.

Diario de Campo

Para contactar a los artesanos se pensó en principios realizar una invitación por los diferentes talleres que existen en la ciudad, sin embargo desde el 23 de diciembre del 2014 al 3 de enero del 2015 un grupo de artesanos se encontraba realizando una muestra de sus productos y técnicas de elaboración, se los contacta para proponerles la idea de turismo y trabajar en conjunto, aceptan participar pero la pinacoteca cerraba el 3 de Enero por lo cual era necesario encontrar un lugar para seguir la exposición, se recurre a hoteles y se logra realizar la muestra los días 4,5 y 6 de Enero en el hotel Cuellar's.

Por el lado del operador de turismo se realizan pequeñas rutas con turistas que llegan al punto de información donde se realiza un recorrido breve por el centro histórico, iglesias y la visita a los artesanos para que observen la exposición y puedan adquirir algún producto, se realiza un registro fotográfico que posteriormente se comparte vía Facebook. Dentro de la oferta de turismo se logra realizar un viaje a la laguna de la Cocha y otro al volcán Azufra con aproximadamente 40 personas el día 5 de Enero, se realiza registro fotográfico y publicación de las fotografías con licencia Creative Commons que permite a otras personas copiar, distribuir, mostrar y reproducir el registro reconociendo el mérito de producción en la plataforma de Flickr, igualmente se envían correos a las personas que viajaron con nosotros gratificando la experiencia compartida con el usuario.

Para observar el registro completo de fotografías:

<https://www.flickr.com/photos/129322823@N08/sets/>

<https://www.facebook.com/tapiz.retazos1>



Ilustración 31 Registro Fotográfico

DIAGNÓSTICO Y RESULTADOS

Después de realizar las actividades propuestas para generar un impulso en el operador turístico, se describe las características que más resaltan en el proceso ejecutado.

- Las actividades terminan con los resultados esperados y son satisfactorios, hubo buena acogida de las personas que realizaron las rutas y también de quienes viajaron.
- Tapiz de retazos cuenta con el apoyo de la cámara de comercio, el punto de información turística de la alcaldía de Pasto, que le permiten la impresión de material gráfico y la difusión de información.
- Se detecta que muchas organizaciones trabajando para la atención de los turistas y los mismos ciudadanos no se encuentran sincronizados lo cual hace que haya mucha desinformación hacia el turista.
- A pesar de que entidades gubernamentales amplíen la difusión de la información a través de los canales digitales, sin dejar atrás los físicos tradicionales, los ciudadanos aun no reconocen los puntos de información como lo son la oficina de turismo de la gobernación de Nariño y el punto de Información turística ubicada en la casa de Don Lorenzo.
- Por parte Tapiz de Retazos como operador se detecta que es necesario realizar una difusión de la información más temprana para así poder captar más la atención del público objetivo.
- Tapiz de Retazos es un operador prácticamente nuevo y aún no cuenta con una certificación de calidad lo que le impide recibir impulsos y aportes económicos mayores por parte de entes gubernamentales (Ya está en proceso).
- El transporte en época de carnaval se convierte en un problema de gran importancia debido a que muchos convenios se pierden por la demanda de organizaciones y entidades más grandes, lo que provoco cancelar algunos viajes dentro del departamento. Es ideal contar con un servicio de transporte propio por parte de la operadora.

EFFECTOS

Después de realizar la ejecución del proyecto, Tapiz de Retazos sigue trabajando en la promoción de sus paquetes a través de medios digitales, difundiendo información y compartiendo el trabajo que realizan constantemente, tienen claro que para hacerse conocer son importantes, adicionalmente el convenio con los artesanos sigue vigente y existe constante comunicación con ellos para promover las artesanías a los turistas y ayudar a generar un impulso económico en los artesanos. Es necesario crear convenios, con hoteles, restaurantes y medios de transporte para poder ofrecer a los turistas destinos dentro de la ciudad y el departamento, pensando en todos los servicios que se pueden ofrecer.

La estrategia de comunicación queda dentro de Tapiz de retazos para modificarse a las diferentes épocas donde vaya a actuar el operador turístico, pues es importante adaptarse al público objetivo y a la época del año en la que se realice.

PROTOTIPO 2

Para mejorar y ampliar la realización de los recorridos de acuerdo a los resultados obtenidos del primer testeo se propone:

Crear Alianzas educativas en instituciones como escuelas, colegios y centros de capacitación para programar recorridos gratuitos que le permita conocer a los ciudadanos la importancia y el valor histórico y arquitectónico que tienen los templos en la ciudad, siendo Tapiz de Retazos un promotor de acciones sociales y de emprendimiento dentro de la ciudad.

Ampliar y establecer convenios con instituciones gubernamentales y comerciales (Restaurantes, locales artesanales, Hoteles, etc.) que le permitan ofrecer alternativas dentro de los recorridos en el que se promueva la gastronomía, la cultura y el patrimonio arquitectónico de la ciudad.

Ser promotor de eventos y acciones culturales como festivales de danza, teatro, música, etc., que permitan acoplarse a los recorridos de acuerdo a las fechas en la que estos tipos de eventos se realicen.

Lograr que dentro del recorrido por los templos se realice la guianza dentro de cada uno de ellos, donde el costo del recorrido tenga incluido una retribución económica que aporte al mantenimiento y reparación de cada iglesia.

Aprovechar las redes sociales para hacer partícipes a los usuarios creando contenido multimedia de la ciudad y de las historias de cada iglesia invitando a contar experiencias propias para mejorar el alcance de los usuarios y potenciales clientes.

PRESUPUESTO

Presupuesto				
Ítem	Descripción	Unidades	Valor Unitario	Valor Total
1	Proceso de Investigación			
1,1	Documentación	1	200000	\$200.000
1,2	Entrevistas	16	8000	\$128.000
1,3	Encuestas	100	2000	\$200.000
1,4	Taller	2	500000	\$1.000.000
1,5	Fotografías	200	2500	\$500.000
			Subtotal	\$2.028.000
2	Prototipo			
2,1	Marca	1	400000	\$400.000
2,2	Logotipo	1	350000	\$350.000
2,3	Slogan	1	150000	\$150.000
			Subtotal	\$900.000

3	Impresos			
3,1	Plegables	2000	1500	\$3.000.000
3,2	Pendones	10	70000	\$700.000
3,3	Manuales	6	20000	\$120.000
			Subtotal	\$3.820.000
4	Digital			
4,1	Redes Sociales	1	500000	\$500.000
4,3	Web	1	1500000	\$1.500.000
			Subtotal	\$2.000.000
5	Otros Gastos			
5,1	Transporte	60	3000	\$180.000
5,2	Stand	4	200000	\$800.000
5,3	Horas de Trabajo	240	10000	\$2.400.000
			Subtotal	\$3.380.000
			TOTAL	\$12.128.000,00

Ilustración 32 Presupuesto

CONCLUSIONES

- La metodología aplicada permite reconocer y validar el planteamiento del problema para que a partir del diseño Gráfico se realice una propuesta que aporte una solución al problema.
- Utilizar los recursos tecnológicos para generar interactividad en las personas con el entorno que les rodea, y crear contenidos pensados a partir del diseño.
- Ver las diferentes posibilidades de desarrollo de la propuesta permite abarcar estrategias económicas que contribuyan al desarrollo y turismo de la región.
- La falta de pertenencia con la región incentiva el desarrollo del proyecto para invitar a la ciudadanía a cuidar y preservar los espacios que identifican la ciudad.
- Es una gran experiencia aplicar un plan de diseño y su ejecución, la participación dentro de Tapiz de Retazos da la idea del funcionamiento de una empresa en desarrollo y da nuevas perspectivas del funcionamiento del mercado.
- La experiencia de usuario no solo abarca el valor añadido que tiene una empresa o un proyecto sino que es el resultado de la integración de los componentes que tiene, atención al cliente, alianzas, estrategias de comunicación y la acción-reacción de la empresa con el cliente.

BIBLIOGRAFÍA

Inventario del Patrimonio Cultural objeto de Turismo en San Juan de Pasto

Los Templos de San Juan de Pasto (Banco de la República)

Itinerario del Patrimonio Histórico de San Juan de Pasto

ENRÍQUEZ GUERRERO, Martha Lucía. ORDÓÑEZ BRAVO, Amanda Lucía. BOLAÑOS RUEDA, Alvaro Bayardo. MORALES UPEGUI, Holman. ORTEGA ENRÍQUEZ, Ramón. (2009) Espinoza y Santacruz dos arquitectos, dos épocas. San Juan de Pasto.

Institución Universitaria Cesmag (2010) La arquitectura del periodo republicano en Pasto, su influencia y Nariño y su relación con Colombia, investigiun IRE, Ciencias Sociales y Humanas, 1 (I), 148-170

CHAVES, Guillermo Edmundo. El paisaje arquitectónico de los templos de Pasto. En: Revista Cultura Nariñense, No. 28, 1970.

AGREDA, José Vicente. Las iglesias de Pasto. Manual de historia de Pasto, Tomo IV, 2000.

Nariño: Ruta de Arte y la Arquitectura Religiosa, Patrimonio Cultural Inmueble. Oficina de turismo. GOBERNACIÓN DE NARIÑO

WEBGRAFÍA

- ❖ http://www.elcolombiano.com/BancoConocimiento/A/al_rescate_del_patrimonio_cultural_/al_rescate_del_patrimonio_cultural_.asp
- ❖ http://www.dibam.cl/dinamicas/docadjunto_34.pdf
- ❖ <http://ecaths1.s3.amazonaws.com/seminariomulticulturalismo/1173606279.canclini.pdf>
- ❖ <http://es.gizmodo.com/como-sera-la-sagrada-familia-finalizada-en-2026-visto-1399164016>
- ❖ <http://es.gizmodo.com/las-catedrales-del-futuro-se-imprimiran-en-piedra-514047445>
- ❖ http://www.nci.tv/index.php?option=com_content&view=article&id=8712&catid=84&Itemid=156
- ❖ <http://www.aecid.es/es/noticias/2012/11-2012/2012-11-26-bienal.html>
- ❖ <http://www.patrimoniojoven.com>
- ❖ http://www.patrimoniojoven.com/5forojuvenil/5o_foro.php
- ❖ <http://loimportanteestaenelinterior.blogspot.com/2011/11/zara-en-salamanca-de-la-marca.html>
- ❖ <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/gente-y-tv/maravillas-de-colombia-para-el-mundo-125309>
- ❖ Maravillas de Colombia: <http://vimeo.com/70191229>
- ❖ <http://www.isidorohistoria.com/historia/?p=1675>
- ❖ <http://sic.conaculta.gob.mx/documentos/999.pdf>
- ❖ http://www.icanh.gov.co/nuestra_entidad/normatividad/leyes/ley_1185_2008_modifica_ley_397_1997
- ❖ <http://vimeo.com/84279493>

ANEXOS

ESTADÍSTICAS ENCUESTA // LIBRO DE CÓDIGOS

Libro de Códigos					
Pregunta	Códigos	Mujeres de 15-22 años	Mujeres 23-29 años	Hombres 15-22 años	Hombres 23-29 años
Conoce alguna institución que se encargue de cuidar el patrimonio arquitectónico de la ciudad de pasto?	Si	1	2	2	8
	No	23	24	21	19
Te gustaría formar parte o interactuar con un proyecto para la preservación del patrimonio arquitectónico de la ciudad?	Si	22	21	18	17
	No	2	5	5	10
Cual es el valor principal de una construcción para usted?	Valor Arquitectonico	5	10	14	11
	Valor Historico	21	21	15	19
	Antigüedad	7	4	8	5
En su tiempo libre que actividades le gusta más?	Hacer Deporte	5	10	10	15
	Leer	13	14	8	9
	Ver Televisión o Cine	5	5	4	5
	Escuchar música	9	13	13	8
	Salir a Pasear	8	9	9	11
	Salir a Comer	4	2	4	6

Pregunta	Códigos	Subtotal Hombres	Subtotal Mujeres	Total	Porcentajes	
					Hombres	Mujeres
Conoce alguna institución que se encargue de cuidar el patrimonio arquitectónico de la ciudad de pasto?	Si	10	3	13	10,00%	3,00%
	No	40	47	87	40,00%	47,00%
				Total	50,00%	50,00%
Te gustaría formar parte o interactuar con un proyecto para la preservación del patrimonio arquitectónico de la ciudad?	Si	35	43	78	35,00%	43,00%
	No	15	7	22	15,00%	7,00%
				Total	50,00%	50,00%
Cual es el valor principal de una construcción para usted?	Valor Arquitectonico	25	15	40	25,00%	15,00%
	Valor Historico	34	42	76	34,00%	42,00%
	Antigüedad	13	11	24	13,00%	11,00%
En su tiempo libre que actividades le gusta más?	Hacer Deporte	25	15	40	25,00%	15,00%
	Leer	17	27	44	17,00%	27,00%
	Ver Televisión o Cine	9	10	19	9,00%	10,00%
	Escuchar música	21	22	43	21,00%	22,00%
	Salir a Pasear	20	17	37	20,00%	17,00%
	Salir a Comer	10	6	16	10,00%	6,00%

Pregunta	Códigos	Mujeres de 15-22 años	Mujeres 23-29 años	Hombres 15-22 años	Hombres 23-29 años
Piensa que el patrimonio arquitectónico de la ciudad de pasto se encuentra en buenas condiciones?	Si	0	2	0	1
	No	24	24	23	26
Por que cree usted que se ha descuidado el patrimonio arquitectónico?	Falta de Conocimiento	4	3	9	9
	Indiferencia	11	13	11	14
	Falta de un Organismo o entidad encargada	12	16	14	16
Sabe sobre historias urbanas en relación con el patrimonio arquitectónico religioso?	Si	13	12	9	14
	No	11	14	14	13
Tiene conocimiento sobre los acontecimientos en tomo a las historia y construcción de las iglesias de la Ciudad?	Si	5	9	6	8
	No	19	17	17	19

Subtotal Hombres	Subtotal Mujeres	Total	Hombres	Mujeres
1	2	3	1,00%	2,00%
49	48	97	49,00%	48,00%
		Total	50,00%	50,00%
18	7	25	18,00%	7,00%
25	24	49	25,00%	24,00%
30	28	58	30,00%	28,00%
23	25	48	23,00%	25,00%
27	25	52	27,00%	25,00%
		Total	50,00%	50,00%
14	14	28	14,00%	14,00%
36	36	72	36,00%	36,00%
		Total	50,00%	50,00%

Publico: Jóvenes entre 15 y 29 años

Numero de encuestados: 100

Femenino: 50

Masculino: 50

Se realiza una encuesta para saber La opinión de las personas acerca de la conservación del patrimonio arquitectónico de Pasto.

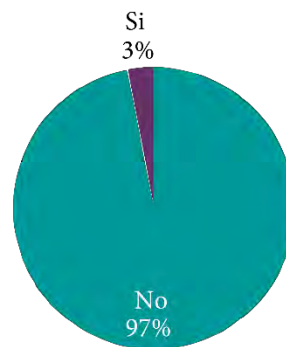
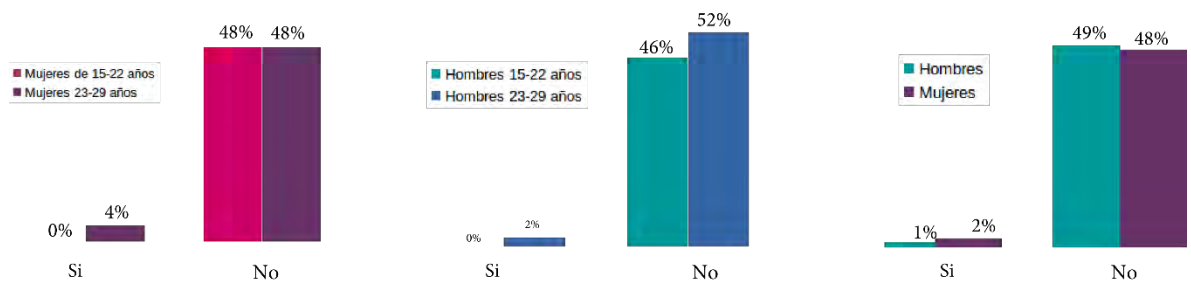


Hombres

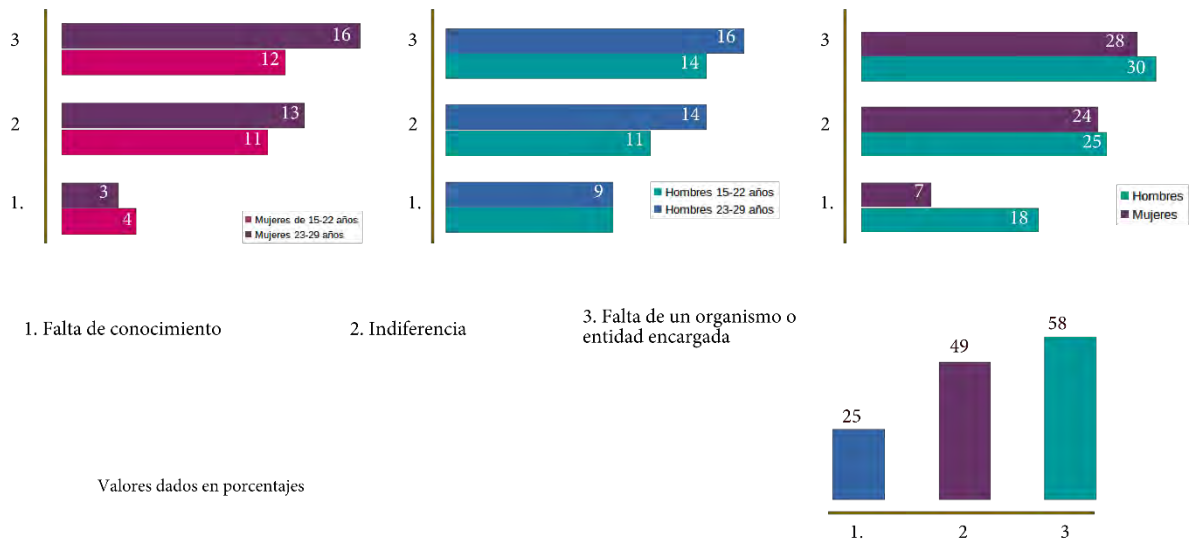


Mujeres

Piensa que el patrimonio arquitectónico de la ciudad de pasto se encuentra en buenas condiciones?



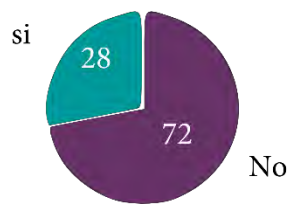
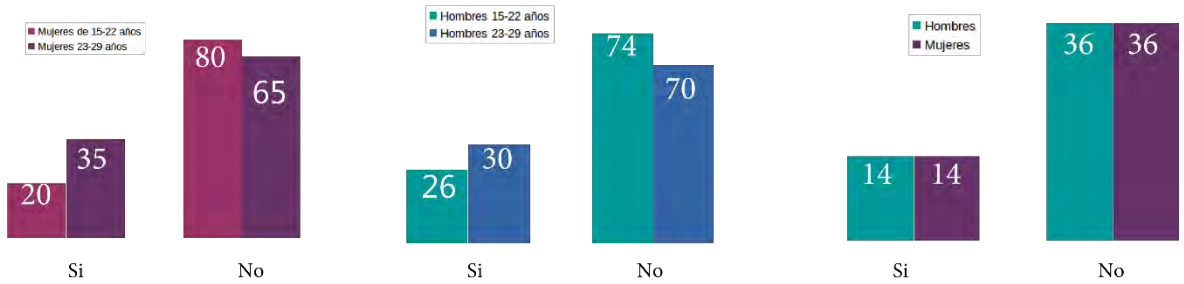
Por que cree usted que se ha descuidado el patrimonio arquitectónico?



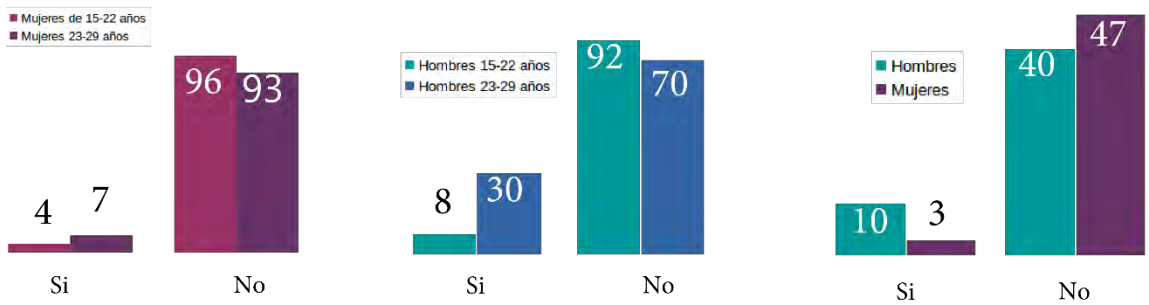
Sabe sobre historias urbanas en relación con el patrimonio arquitectónico religioso?



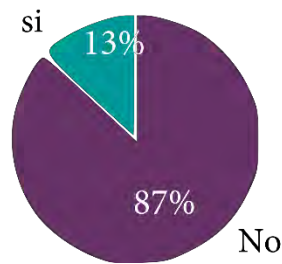
Tiene conocimiento sobre los acontecimientos en torno a las historia y construcción de las iglesias de la Ciudad?



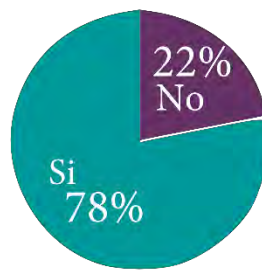
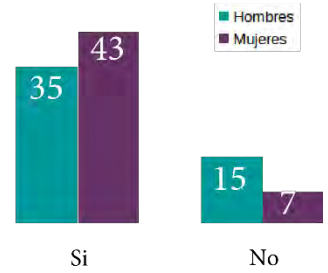
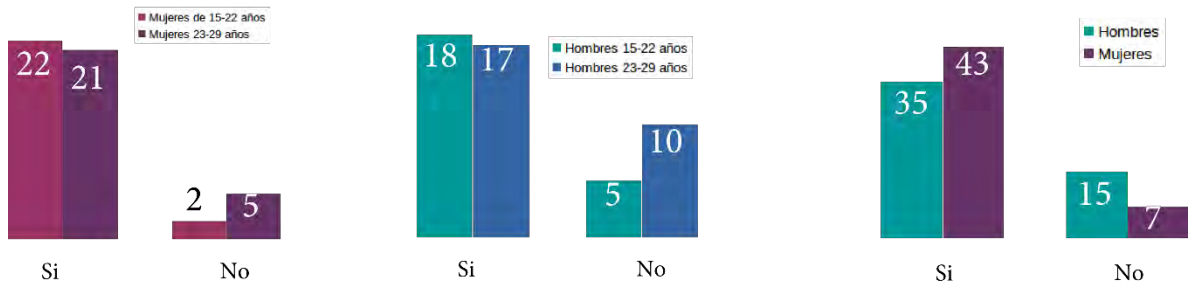
Conoce alguna institución que se encargue de cuidar el patrimonio arquitectónico de la ciudad de pasto?



Valores dados en porcentajes

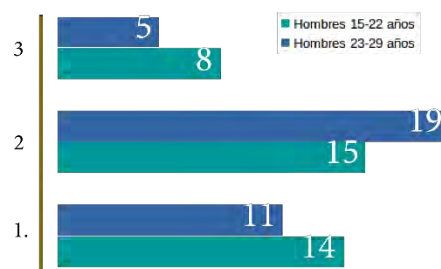
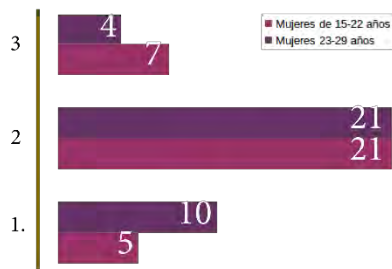


Te gustaría formar parte o interactuar con un proyecto para la preservación del patrimonio arquitectónico de la ciudad?



Valores dados en porcentajes

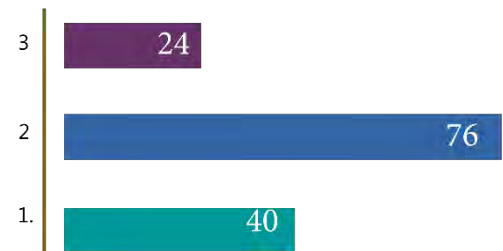
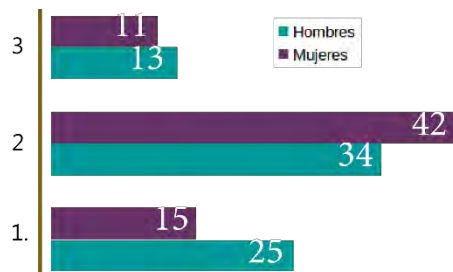
Cual es el valor principal de una construcción para usted?



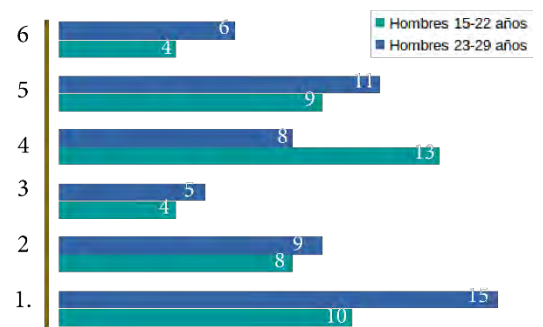
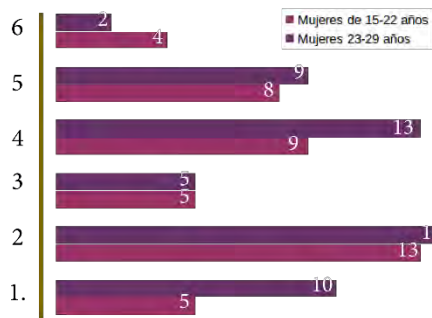
1. Valor Arquitectónico

2. Valor Histórico

3. Antigüedad



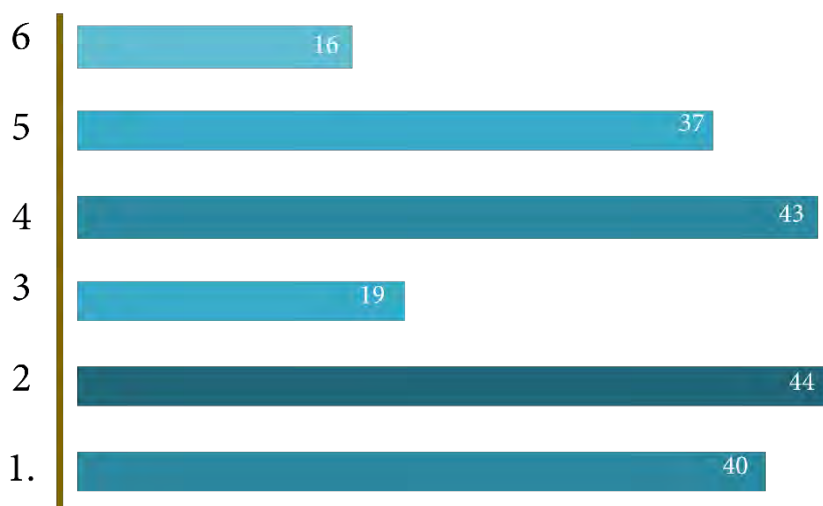
En su tiempo libre que actividades le gusta más?



Valores dados en porcentajes



- 6 Salir a Comer
- 5 Salir a Pasear
- 4 Escuchar Música
- 3 Ver TV o Cine
- 2 Leer
- 1 Hacer Deporte



- 6 Salir a Comer
- 5 Salir a Pasear
- 4 Escuchar Música
- 3 Ver TV o Cine
- 2 Leer
- 1 Hacer Deporte

CERTIFICADO TAPIZ DE RETAZOS



Operador Turístico
Tapiz De Retazos
Conociendo Nariño
Nit. 891280005



San Juan de Pasto, Miércoles 15 de abril de 2015

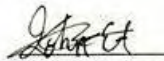
Tapiz de Retazos

Certifica que:

Danny Gabriel Obando Hormaza
1085295174 cc

Presto su servicio como Diseñador Gráfico al operador turístico Tapiz de Retazos, estableciendo en común acuerdo el rediseño de marca y estrategias de comunicación, entre un periodo de tiempo de 4 meses, desde el mes de noviembre de 2014 hasta el mes de marzo del 2015, agradeciendo su participación y siendo testigos del trabajo realizado en conjunto para la implementación de su proyecto de investigación.

Atentamente,


John Elvis Acosta
Representante Legal
C.c.



Calle 18 N°29-15 Diagonal Cámara de Comercio
Cel: 3148050379 - 3175860864 - San Juan de Pasto
www.Tapizderetazos.com



Operador Turístico

Tapiz De Retazos

Conociendo Nariño



Universidad de Nariño



facartes
Universidad de Nariño



diseño
Universidad de Nariño